

Das Making-of als Dokumentarfilm und sein Vermarktungspotential

Masterarbeit

im Studiengang Elektronische Medien
in der Vertiefung Audiovisuelle Medien

vorgelegt von

Tobias Betz

Matr. Nr.: 29163

an der Hochschule der Medien Stuttgart

am 12. Oktober 2016

zur Erlangung des akademischen Grades Master of Arts

Erstprüferin

Prof. Dr. Eva Stadler

Zweitprüfer

Prof. Stefan Grandinetti

Erklärung

Hiermit versichere ich, Tobias Betz, ehrenwörtlich, dass ich die vorliegende Masterarbeit mit dem Titel: „Das Making-of als Dokumentarfilm und sein Vermarktungspotential“ selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Die Stellen der Arbeit, die dem Wortlaut oder dem Sinn nach anderen Werken entnommen wurden, sind in jedem Fall unter Angabe der Quelle kenntlich gemacht. Die Arbeit ist noch nicht veröffentlicht oder in anderer Form als Prüfungsleistung vorgelegt worden.

Ich habe die Bedeutung der ehrenwörtlichen Versicherung und die prüfungsrechtlichen Folgen (§26 Abs. 2 Bachelor-SPO (6 Semester), § 24 Abs. 2 Bachelor-SPO (7 Semester), § 23 Abs. 2 Master-SPO (3 Semester) bzw. § 19 Abs. 2 Master-SPO (4 Semester und berufsbegleitend) der HdM) einer unrichtigen oder unvollständigen ehrenwörtlichen Versicherung zur Kenntnis genommen.

Stuttgart, den 12. Oktober 2016

Tobias Betz

Kurzfassung

Diese Arbeit befasst sich mit Making-ofs zu Filmen und ergründet deren Geschichte und Einsatz im Laufe der Zeit. Dabei werden sowohl die dokumentarischen Qualitäten als auch das Potenzial als Marketinginstrument untersucht. Hier werden verschiedene Arten von Making-of differenziert und anhand von Beispielen genauer erläutert. Der Herstellungsprozess von Making-ofs und deren Einsatz wird detailliert erklärt. Im Besonderen werden einige lange Making-ofs auf ihre dokumentarischen Qualitäten untersucht. Es wird dargelegt, welches Potential diese als eigenständige Dokumentarfilme haben, die ihrerseits vermarktet werden können. Dazu werden die Grundzüge des Filmmarketings besprochen und anhand eines Fallbeispiels erläutert, wie die verschiedenen Arten des Making-of bei einer Filmproduktion zum Einsatz kommen können, um den größtmöglichen Nutzen daraus zu ziehen.

Abstract

This thesis focuses on „Making-of“. Videos generally used for documenting the production process of a film. It covers the history of this accompanying product of film which is mostly used for advertising. Furthermore, a Making-of's importance for documentation and as a tool for marketing is analyzed and various types of Making-ofs are reviewed. The production process of Making-ofs is explained in detail.

A representative selection of Making-ofs with longer than usual runtime are considered and studied with respect to their value as documentary films. The potential of Making-ofs to be published as independent films is studied. In this regard, the basics of film marketing are covered.

The thesis concludes with a case study to illustrate the range of possible uses of Making-ofs in the course of film making.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	1
2. Was sind Making-ofs?.....	2
2.1 Inhalte des Making-of.....	6
2.2 Geschichte und Entwicklung des Making-of.....	8
3. Verwendung von Making-ofs.....	12
3.1 Das Making-of als Werbung und Bonusmaterial.....	12
3.2 Die Produktion von Making-ofs.....	14
3.3 Werbliche Making-ofs.....	17
3.3.1 Simultane Making-ofs.....	17
3.3.2 Retrospektive Making-ofs.....	20
3.3.3 DVD Making-of.....	23
3.3.4 Das Making-of im Fernsehen.....	29
3.3.5 Das Making-of als Bedeutsamkeitsmaschine.....	31
4. Dokumentarische Making-ofs.....	33
4.1 Analyse dokumentarischer Making-ofs.....	34
4.1.1 Lost in La Mancha.....	36
4.1.2 Hearts of Darkness: A Filmmaker's Apocalypse.....	43
4.1.3 Full Tilt Boogie.....	53
4.1.4 Lost Soul: The Doomed Journey of Richard Stanley.....	59
4.1.5 Burden of Dreams.....	65
4.2 Schlussfolgerungen aus den Analyseergebnissen.....	70
4.3 Einordnung in die Dokumentarfilmlandschaft.....	74
5. Filmmarketing und Filmfinanzierung.....	77
5.1 Faktoren erfolgreicher Filme.....	77
5.2 Die Filmmärkte.....	79
5.3 Filmfinanzierung und Making-ofs.....	80
5.4 Die Verwertungskette eines Films und die Rolle des Making-of.....	83
5.5 Video on Demand und das Making-of.....	85
5.6 Werbemaßnahmen.....	87
5.7 Die Auswertung eines dokumentarischen Making-of.....	90
6. Elemente eines guten dokumentarischen Making-of.....	92
7. „The Dark Tower“ - Ein Konzept zur möglichen Verwendung von Making-ofs.....	95

7.1 The Dark Tower.....	95
7.2 Voraussetzungen für die Making-of Produktion.....	99
7.3 Produktionsablauf des Making-of.....	100
8. Zusammenfassung, Fazit und Ausblick.....	107
8.1 Zusammenfassung.....	107
8.2 Fazit.....	108
8.3 Ausblick.....	109
9. Literaturverzeichnis.....	110
10. Abbildungsverzeichnis.....	117
11. Tabellenverzeichnis.....	117
12. Mediagraphie.....	118
13. Anhänge.....	121
13.1 Interviews.....	121
13.1.1 Trüby Larissa.....	121
13.1.2 Wagner, Stephanie.....	125
13.1.3 Windelboot, Petra.....	134
13.2 E-Mail-Korrespondenz.....	139
13.3 Tabelle zur Auswertung von Making-ofs.....	144
13.4 Diagramme zur Making-of-Analyse.....	146
13.4.1 "The Hamster Factor and other storys of Twelve Monkeys".....	146
13.4.2 "Lost in La Mancha".....	147
13.4.3 "Hearts of Darkness".....	148
13.4.4 "Full Tilt Boogie".....	149
13.4.5 "Lost Soul".....	150
13.4.6 "Burden of Dreams".....	151

1. Einleitung

Das Making-of bietet die Möglichkeit, vieles über die Filmproduktion zu erfahren. Dabei werden nicht nur technische Details erläutert, sondern der Zuschauer bekommt darüber hinaus auch die Möglichkeit, die Macher ein Stück weit persönlich kennenzulernen und zu sehen, mit welchen Problemen diese bei ihrer Arbeit konfrontiert werden. Dieser dokumentarische Faktor macht den Reiz vieler Making-ofs aus. Das Making-of ist jedoch in erster Linie ein Werbemittel¹, das zu eben diesem Zweck produziert wird.

Zum Thema Making-of findet sich relativ wenig Lektüre. In Fachbüchern zu Filmmarketing wird dem Making-of zumeist nur ein kleiner Abschnitt gewidmet. Nur wenige Personen haben sich weiter mit dem Making-of auseinandergesetzt und es auf verschiedene Weisen beschrieben und untersucht. Viele der großen Filmproduktionsfirmen und Verleiher haben kein Interesse oder keine Kapazitäten, um eine studentische Arbeit, wie diese Thesis zu unterstützen.

Zu dokumentarischen Making-of gibt es, soweit zu diesem Zeitpunkt bekannt, keine genauere Lektüre. Die einzige gefundene Quelle findet sich als „Werkstattbericht“ im Buch „Der Dokumentarfilm ist tot, es lebe der Dokumentarfilm“ von Matthias Leitner.

Die vorliegende Arbeit beleuchtet die verschiedenen Formen des Making-ofs und geht im speziellen auf dokumentarische Making-ofs ein. Dabei soll versucht werden, dieses Thema zum einen aus dokumentarischer Sicht zu betrachten, und zum anderen aus Sicht des Marketings.

Es wird anhand verschiedener Beispiele und Analysen ausführlich beschrieben, wie dokumentarische Making-ofs aufgebaut sind, welche Elemente sie beinhalten, welche Filme sich für diese Art des Making-of eignen und welches Potential sie in der Vermarktung haben. Als Abschluss werden die gewonnenen Erkenntnisse in einer Fallstudie theoretisch angewendet.

1 Vgl. Hediger, Vinzenz: "Spaß an harter Arbeit. Der Making-of-Film" In: Hediger, Vinzenz: "Demnächst in Ihrem Kino" (2005) S. 332

2. Was sind Making-ofs?

Das Making-of in knappen Worten zu beschreiben ist nicht einfach, da es eine Schnittmenge aus verschiedenen Bereichen ist und seine Ausprägungen und Einsatzbereiche sehr unterschiedlich sein können. Zudem ist der Begriff Making-of in gewisser Weise mehrfach belegt. Er wird teilweise verwendet, um sich auf das komplette Bonusmaterial auf einer DVD zu beziehen, aber auch für einzelne Elemente daraus.² In dieser Arbeit wird mit dem Begriff Making-of ein einzelnes Produkt bezeichnet, das die Produktion eines Filmes dokumentiert. In den folgenden Kapiteln werden verschiedene Arten von Making-ofs aufgrund ihrer zeitlichen Erscheinung oder der Art ihres Einsatzes eingeteilt und behandelt. Zu Beginn sollen einige Ansätze genannt werden, die das Making-of auf verschiedene Weise beschreiben.

// Definition

Der Duden beschreibt das Making-of als „[filmischer] Bericht über die Entstehung eines Films“ (Duden.de: "Making-of, das" - http://www.duden.de/rechtschreibung/Making_of (Abgerufen am 17.07.2016)). Andere Bezeichnungen sind „Behind the scenes“ oder auch „Featurette“. Letzteres kommt aus den jungen Jahren des Films um das Jahr 1930, als ein „Feature Film“, also ein Langfilm, aus zwei oder mehr Filmrollen bestand und eine Spielzeit von mindestens 40 Minuten hatte. Featurettes waren kürzere Filme die von der Produktion eines Films berichteten. Da sie kürzer waren als Feature Filme und länger als Kurzfilme, die aus einer Filmrolle bestanden, wurde der Begriff „Feature“ durch das Suffix „-ette“, aus dem Französischen erweitert, was eine Verniedlichung des Begriffs bewirkt. Featurettes zeigen verschiedene Teile der Filmproduktion und waren meist auf Filminteressierte zugeschnitten.³ Heutige Featurettes, wie sie auf Youtube zu finden sind, haben eine Länge von wenigen Minuten und behandeln in Kürze ein bestimmtes Thema der Filmproduktion.⁴

2 Vgl. Kaufmann, Thorsten – Make me (not) believe (2011), S. 77

3 Vgl. Wulff, Hans Jürgen; „Featurette“ (2011) - <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=1516> (Abgerufen am 24.07.2016)

Vgl. Dictionary.com: „featurette“ - <http://www.dictionary.com/browse/featurette> (Abgerufen am 24.07.2016)

4 So werden zum Beispiel bei "Suicide Squad" (2016) in Featurettes verschiedene Charaktere vorgestellt. In anderen Fällen wird auf Technik oder Effekte eingegangen.

// Das Making-of als Epitext

Das Making-of lässt sich auch als Paratext, genauer als Epitext, verstehen, denn über diesen werden Hintergrundinformationen zur Produktion, den Charakteren und der Handlung gegeben. Somit dient das Making-of als Ergänzung, welches das Wissen um den Text (den Film) erweitert.⁵

„Paratext“ ist ein von Gérard Genette geprägter Begriff, der alle Beiwerke eines Textes beschreibt. Diese Beiwerke sind dem Text zugehörig und unterscheiden sich durch ihren örtlichen und zeitlichen Abstand zum Text.⁶ Eingeteilt werden Paratexte in Peritexte und Epitexte. Peritext ist alles, was in sehr nahem Umfeld zum Text steht, oder in ihm existiert. Beispiele hierfür sind Titel, Vorwort oder Kapitelüberschriften. Epitexte befinden sich außerhalb des ursprünglichen Textes. Im klassischen Sinne des Buchs ist hier jeder Text gemeint, der sich auf das Buch bezieht. Als Beispiele können Rezensionen oder auch PR-Veröffentlichungen genannt werden.⁷ Somit ist auch ein Trailer ein Epitext, der genau wie das Making-of, als Vorankündigung im Fernsehen oder Internet gezeigt werden kann. Als eine solche Werbemaßnahme kann es als verlegerischer Epitext betrachtet werden.⁸

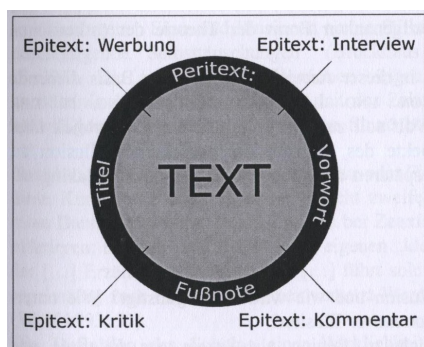


Abbildung 1: Paratexte aus Kaufmann, Thorsten: „Make me (not) believe“ (2011), S. 13

Der Adressant, sprich der Autor des Epitextes, ist meist der Autor des Textes, kann aber auch eine außenstehende Person sein.⁹ Auf das Making-of bezogen ist dies auch sehr passend, da es durch den Autor, also den Regisseur, den Produzenten oder einer anderen, dem Autor nahe stehenden Person, in Auftrag gegeben wird.¹⁰

Paratexte haben eine lektüresteuende Funktion. Sie verändern die Art wie der Text rezipiert wird.¹¹ So verändern Peritexte wie Titel oder Autor die Erwartungen des Rezipienten: Mit dem Autoren Stephen King wird etwas Anderes assoziiert als mit der Autorin Rosamunde Pilcher. Auch weitere Epitexte wie

5 Vgl. Genette, Gérard: "Paratexte" (1989), S. 9 ff

6 Vgl. Genette, Gérard: "Paratexte" (1989), S. 12-13

7 Vgl. Genette, Gérard: "Paratexte" (1989), S. 12

8 Vgl. Genette, Gérard: "Paratexte" (1989), S. 331

9 Vgl. Genette, Gérard: "Paratexte" (1989), S. 329

10 Vgl. Wagner, Stephanie: Interview vom 24.08.2016 Anhang S. 125

11 Vgl. Genette, Gérard: "Paratexte" (1989), S. 10

Interviews haben eine Wirkung. Thorsten Kaufmann beschreibt zu diesem Umstand ein Interview mit J.K. Rowling, die kurz vor dem Erscheinen des letzten Bandes der Romanreihe „Harry Potter“ verrät, dass zwei Charaktere sterben werden. Diese Aussage hat die Erwartungshaltung der Leser ganz klar verändert.¹²

Genette beschreibt zudem, dass Epitexte eine aufdeckende und entmystifizierende Funktion haben können. Er bezieht sich dabei auf das Essay von Edgar Allan Poe „The Principle of Composition“, in dem Poe über die Prozesse bei der Erstellung von Texten spricht.¹³ Diese Funktion lässt sich auch dem Making-of zurechnen. Ein weiterer Punkt, in dem Paratexte unterschieden werden können, ist die Zeit ihrer Erscheinung. Genette beschreibt hier „vorhergehende“ (also vor Veröffentlichung des Textes erschienene Paratexte), „originale“ (zur Veröffentlichung erscheinende Paratexte) und „späte“ (nach Veröffentlichung erscheinende Paratexte).¹⁴

Im Folgenden werden hierfür die Bezeichnungen „simultan“¹⁵ (für vorhergehende Paratexte) und „retrospektiv“ (für originale und späte Paratexte) verwendet, wie sie auch im „Making-of Lexikon“ der Studienstiftung des deutschen Volkes zu finden sind.¹⁶ Analog zum Making-of können sich Epitexte über den Text hinaus auf den Autor und dessen Leben beziehen.¹⁷

// Das Making-of als konstitutives Phantasma

Eine gänzlich andere Sicht ist das Making-of als konstitutives Phantasma, welches das Filmteam als kreativen Kollektiv-Körper beschreibt.¹⁸ Das Filmteam als Kollektiv bildet den kreativen Kollektiv-Körper, der sich aufgrund von Vereinbarungen für die Filmproduktion geformt hat. Weder die Vereinbarungen, noch die kreativen Prozesse der Filmproduktion lassen sich durch die reine Betrachtung erkennen. Daher wird das Making-of lediglich als konstitutives Phantasma bezeichnet. Abgeleitet ist diese Betrachtung vom Frontispiz¹⁹ von Thomas Hobbes' „Leviathan“. Dieses zeigt eine

12 Vgl. Kaufmann, Thorsten: "Make me (not) believe" (2010), S.6

13 Vgl. Genette, Gérard: "Paratexte" (1989), S. 351

14 Vgl. Genette, Gérard: "Paratexte" (1989), S. 6 bzw. zu Epitexten S. 329

15 "Simultan", da diese Making-of simultan schon während der Produktion veröffentlicht werden-

16 Dr. Schwanebeck, Wieland: "Making-of, klassisches" - <http://making-of-lexikon.de/#text=klassisches-making-of> (Abgerufen am 03.09.2016)

17 Vgl. Genette, Gérard: "Paratexte" (1989), S. 6 bzw. zu Epitexten S. 330

18 Vgl. Wortmann, Volker: "Special Extended: Der Filmteam als kreativer Kollektiv-Körper im 'making of...'" in Kurzenberger, Hajo: "Kollektive in den Künsten" Band 10 – 2008, S. 39 – 50

19 Das Frontispiz ist die Verzierung eines Buchtitelblattes eines Buches.

riesenhafte Gestalt mit Schwert, Stab und Krone, die aus vielen Personen besteht, und das Staatsgebilde modellhaft darstellen soll. Dieses besteht aus vielen Personen und Ämtern, die im Einzelnen präsentiert werden können. Eine Repräsentation des Gesamtkonstruktes ist jedoch schwierig, weshalb ein Phantasiegebilde zur Darstellung verwendet wird.²⁰

Somit kann das Making-of den kreativen Kollektiv-Körper nicht im Ganzen darstellen, sondern nur Teile daraus: „*Ebenso wie beim Leviathan handelt es sich ja auch beim 'making of...' nicht um die Repräsentation kreativer Prozesse sondern um ihre Präsentation.*“ (Wortmann, Volker: "Special Extended: Das Filmteam als kreativer Kollektiv-Körper im 'making of...'" in Kurzenberger, Hajo: "Kollektive in den Künsten" Band 10 – 2008 S. 49)

Welcher Teil des Kollektiv-Körpers im Vordergrund steht, hängt dabei auch vom Genre ab. So bietet sich bei einer Literaturverfilmung mehr der Drehbuchautor an und bei einem Actionfilm eher der Stuntman oder Special Effects-Techniker.²¹

// Das Making-of als illusionsverändernder Mechanismus

Wie schon erwähnt, haben Making-of eine lektüresteuernde Funktion. Wird hier einen Schritt weiter gegangen, kann sogar gesagt werden, dass es die Illusion eines Films beeinflussen, stören oder sogar brechen kann. Wie stark der Einfluss ist, hängt von der Art des Making-of und dessen Inhalt ab. Ein werbliches Making-of gibt nicht viele Informationen preis und dient dazu, Interesse zu erzeugen. Daher beeinflusst es die Illusion des Films kaum. Werden in einem Making-of Fakten präsentiert, die die Authentizität des Films unterstreichen, kann das die Illusion sogar fördern. Die Aufdeckung von Filmfehlern, oder die humoristische Darstellung eines ernsten Charakters können hingegen negative Einflüsse haben.²²

Vgl. Duden.de: "Frontispiz, das" - <http://www.duden.de/rechtschreibung/Frontispiz> (Abgerufen am 08.09.2016)

20 Vgl. Wortmann, Volker: "Special Extended: Das Filmteam als kreativer Kollektiv-Körper im 'making of...'" in Kurzenberger, Hajo: "Kollektive in den Künsten" Band 10 (2008), S. 44

21 Dr. Schwanebeck, Wieland: "Making-of, klassisches" - <http://making-of-lexikon.de/#text=klassisches-making-of> (Abgerufen am 05.09.2016)

22 Vgl. Kaufmann, Thorsten – Make me (not) believe (2011), S. 205ff

// Das Making-of als Narrativ

Das Making-of ist auch ein erweitertes Narrativ eines Films. Über dieses können weitere Hintergrundinformationen zu einem Film und seiner Geschichte gegeben werden. Für das Genre des Science-Fiction, das sich sehr viel mit filmtechnischen oder wissenschaftlichen Problemen beschäftigt, bietet das Making-of somit eine Plattform, um Gedanken zu wissenschaftlichen Problemen zu äußern oder zu erklären, wie filmtechnische Probleme gelöst wurden.²³

// Das Making-of als Marketinginstrument

Das Making-of bietet dem potentiellen Zuschauer neben anderen Werbemaßnahmen wie Plakaten oder Filmtrailern eine weitere Möglichkeit, mit dem Film in Kontakt zu kommen.²⁴ Diese werblichen Making-of sind meist kurze trailer- ähnliche Filme, die vor Filmstart veröffentlicht werden.

// Das Making-of als Dokumentarfilm

Dokumentarische Making-of sind der Bezeichnung entsprechend länger und tiefgreifender. Sie begleiten die Produktion oder Teile davon und geben dem Zuschauer detaillierte Hintergrundinformationen. Der Übergang von werblich zu dokumentarisch Making-of ist fließend und Making-ofs auf DVDs können sowohl dokumentarische als auch werbliche Qualitäten haben.²⁵

2.1 Inhalte des Making-of

Inhaltlich behandeln Making-ofs die verschiedenen Prozesse der Filmproduktion. Angefangen von der Vorproduktion, über die Dreharbeiten und die damit zusammenhängenden Herausforderungen, bis hin zur Postproduktion und der Premiere des Films. Sie können sich in Einzelfällen sogar darüber hinaus erstrecken.

23 Dr. Schwanebeck, Wieland: "Making-of, klassisches" - <http://making-of-lexikon.de/#text=klassisches-making-of> (Abgerufen am 03.09.2016)

24 Vgl. Hediger, Vinzenz: "Spaß an harter Arbeit. Der Making-of-Film" In: Hediger, Vinzenz: "Demnächst in Ihrem Kino" (2005) S. 332

25 In den folgenden Kapiteln wird genauer darauf eingegangen.

Typische Merkmale sind Aufnahmen vom Set und Interviews mit beteiligten Personen, allen voran Regisseur und Schauspieler. Diese können sich jedoch auf alle Teile der Produktion ausdehnen. Sie geben Einblicke in ihre jeweiligen Arbeitsbereiche, erklären welche Herausforderungen bewältigt werden mussten und erzählen Anekdoten.

Ein Standardelement, das sich in den meisten Making-ofs wiederfindet, ist das Voice over, also ein Sprecher oder ein Interview, das über Bilder des Making-of gelegt wird.²⁶ Die Bilder sind dabei bestenfalls passend zum Gesagten, um die Ton-Bild Schere nicht zu weit auseinander zu treiben und damit den Zuschauer nicht zu verwirren.²⁷ Ein weiteres, gern genutztes Element, ist der Wechsel zwischen Making-of Aufnahme und Filmausschnitt. Dem Zuschauer wird die Möglichkeit gegeben, die beiden Stadien der Filmproduktion direkt zu vergleichen. Bei einer Szene mit Bluescreen bzw. Greenscreen kann der Zuschauer so bestaunen, was aus einer einfachen Szene vor einer einfarbigen Wand werden kann.²⁸

Teilweise werden Schauspieler oder andere bekannte Personen der Produktion als Moderatoren für das Making-of genutzt, die den Zuschauer durch den Film führen.²⁹

// Die im Making-of behandelten Diskurse

Vinzenz Hediger beschreibt im Bezug auf den Inhalt von Making-ofs vier Diskurse, die sich im Laufe der Making-of Geschichte entwickelt haben und die immer wieder aufgegriffen werden: Technik, Stars, industrielle Produktion und Autoren.³⁰

Die Technik bezieht sich auf die verwendeten Kameras und Hilfsmittel der Dreharbeiten, Spezialeffekte jeglicher Art, und die Personen, die helfen, die Illusion des Films zu kreieren.

Die Stars des Films sind die Schauspieler, die in Interviews über ihre Rolle, den Film und die Arbeit am Set und mit der Technik sprechen.

26 Dr. Schwanebeck, Wieland: "Making-of, klassisches" - <http://making-of-lexikon.de/#text=klassisches-making-of> (Abgerufen am 05.09.2016)

27 James zu Hünigen: "Text-Bild-Schere" - <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=6298> (Abgerufen am 08.09.2016)

28 Windelboot, Petra, Askania Media, Interview vom 29.07.2016, S. 4

29 So zum Beispiel im Making-of zu "Jurassic Park" (1993), das von Schauspieler James Earl Jones moderiert wird.

30 Vgl. Hediger, Vinzenz: "Spaß an harter Arbeit. Der Making-of-Film" In: Hediger, Vinzenz: "Demnächst in Ihrem Kino" (2005) S. 332

Die industrielle Produktion und der Spaß, den alle Beteiligten bei dieser Arbeit haben, wird genutzt, um das Image der Filmindustrie zu pflegen. Schauspieler und andere Beteiligte weisen immer wieder darauf hin, dass die Arbeit am Film sehr viel Spaß macht.

Und zu guter Letzt die Autoren, also Regisseur und Produzenten, die von ihren Erfahrungen und Entscheidungen während der Arbeit zum Film berichten.³¹

Die Diskurse spielen im weiteren Verlauf dieser Arbeit eine Rolle, da sie eine gute Einteilung der behandelten Themen in Making-ofs darstellen.

Um den Inhalt von Making-ofs zu beschreiben, sollte jedoch noch ein weiteres Element in Betracht gezogen werden: Eine weitere Geschichte und damit zusammenhängende Konflikte die zusätzlich im Making-of erzählt werden und ihm somit eine weitere Ebene geben. Es soll im Folgenden als „Tiefe“ bezeichnet werden. Wie in späteren Kapiteln zu sehen sein wird, ist dieses Element in dokumentarischen Making-ofs häufig vertreten.

// Making-of und Immersion

Auch Immersion spielt bei dokumentarischen Making-of eine Rolle. Immersion beschreibt das Eintauchen eines Betrachters in das Medium. Vorrangig wird der Begriff bei Computerspielen verwendet, bei denen der Spieler die Realität weniger wahrnimmt und sich stärker mit der Figur im Spiel identifiziert. Diese Identifikation mit einer Figur und das gefühlte Erleben und Eintauchen sind ebenfalls Elemente, die beim Betrachten eines Films auftreten können.³²

2.2 Geschichte und Entwicklung des Making-of

Das Making-of hat eine lange Tradition. Schon vor Aufkommen der filmischen Making-ofs war es den Filmschaffenden ein Anliegen, über ihre Erfahrungen am Set zu berichten. Seit etwa 1910 wurde von der Arbeit hinter den Kulissen berichtet, nicht zuletzt um Außenstehende für das Medium Film zu begeistern. 1912 erschien das

³¹ Vgl. Hediger, Vinzenz: "Spaß an harter Arbeit. Der Making-of-Film" In: Hediger, Vinzenz: "Demnächst in Ihrem Kino" 2005) S. 334

Buch „Moving pictures : how they are made and worked“ von Frederick A. Talbot³². Er beschreibt detailliert die Filmtechnik und in einem langen Abschnitt die Tricktechnik. Im Grunde ist hier schon das erste Merkmal vertreten, das in vielen weiteren Making-ofs auch aufgegriffen wird: Die Technik im Film und somit der von Vinzenz Hediger beschriebene Technikdiskurs.³³ Im gleichen Jahr erschien auch der erste kurze Film zur Filmproduktion. „How Motion Pictures are made and shown“ (1912) ist eine zehnminütige Dokumentation über die Produktion von Kinofilmen im Allgemeinen. Produziert wurde dieser Film vom Filmstudio Edison,³⁴ eine von Thomas A. Edison im Jahr 1891 gegründete Firma, die unter anderem den Klassiker „The Great Train Robbery (1903)“ produzierte.³⁵

Das Making-of war als Werbemittel schon früh erkannt und die Verbreitung von Informationen über die Produktion eines Films wurde genutzt um diesen zu bewerben. Disney produzierte seit den 1920er Jahren einige kurze Making-ofs. Diese waren meist inszenierte Führungen durch die Produktion, die dem Zuschauer die Technik näher brachten, was auch das Interesse an dem Produkt steigern sollte.³⁶

Die Herausgabe von Hintergrundinformationen zu Filmen und ihrer Machart, führte aber nicht nur zu positiven Rückmeldungen. Im Jahr 1923 beschwerten sich sowohl Hersteller von Filmen als auch Konsumenten über das Aufkommen von Making-ofs. Die Hersteller wollten nicht, dass ihre Methoden preisgegeben wurden, was die Illusion des Films zerstören würde. Und die Konsumenten beklagten sich, dass sie Filme weniger genießen konnten, wenn sie zuvor Berichte über die Herstellung gelesen hatten.³⁷

Nach 1934 begann man, zu jedem größeren Kinofilm ein ca. zehnminütiges Making-

32 Talbot, Frederick Arthur Ambrose: "Moving pictures : how they are made and worked" (1914) - <https://archive.org/details/movingpicturesho00talb> (Abgerufen am 13.08.2016)

33 Vgl. Hediger, Vinzenz: "Spaß an harter Arbeit. Der Making-of-Film" In: Hediger, Vinzenz: "Demnächst in Ihrem Kino" (2005), S. 333

34 Vgl. Hediger, Vinzenz: "Spaß an harter Arbeit. Der Making-of-Film" In: Hediger, Vinzenz: "Demnächst in Ihrem Kino" (2005), S. 332

35 Vgl. Horak, Jan-Christopher: „Edison Film Manufacturing Co.“ (2012) - <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=1792> (Abgerufen am 22.07.2016)

36 Vgl. Rauscher, Andreas: „Making-of.“ In: Thomas Koebner: „Reclams Sachlexikon des Films“ (2007), S. 412

37 Kaufmann, Thorsten: "Make me (not) believe" (2010), S. 78

of zu produzieren. Grund dafür war unter anderem das schlechte Image, das Hollywood zur damaligen Zeit hatte. Es war als Sündenpfuhl verschrien. Der katholische Laienverband „Legion of Decency“, brachte aufgrund dieses Images ein Regelwerk der freiwilligen Selbstkontrolle heraus und setzte den „Production Code“ in Kraft, um den Filmemachern vorzuschreiben, was sie zeigen dürfen. Die produzierten Making-ofs dienten also zur Aufklärung und Imagepflege sowie und als Werbung, da sie zum Teil in den Kinos im Vorprogramm gezeigt wurden. In den Filmen wird die Filmproduktion als Industrie mit verschiedenen spezialisierten Kräften dargestellt, die durch ihre Zusammenarbeit Filme realisieren und dabei Spaß haben.³⁸

Mit Aufkommen des Fernsehens wurden Making-ofs noch beliebter, da sie neben dem Infotainment-Aspekt und der Imagepflege auch eine große Werbefläche boten. Um 1940 veröffentlichte Disney mit „The Reluctant Dragon – Behind the scenes at Walt Disney Studio“ (1941) das erste Langfilm Making-of mit einer Länge von 74 Minuten.³⁹ Da es sich um einen durchweg inszenierten Film handelt, der die Produktionsschritte zeigt, trifft die Bezeichnung „Making-of“ zwar im weitesten Sinne zu, es ist aber mehr ein plotbasierter Dokumentarfilm⁴⁰, der unterhalten soll und nebenbei informiert. Der Zuschauer folgt dem Humorist Robert Benchley bei seinem Versuch die Geschichte des „Reluctant Dragon“ Walt Disney als Idee für einen Trickfilm zu präsentieren. Durch Zufälle und humoristische Einlagen gerät er in die verschiedenen Produktionsabteilungen. Veranschaulicht werden die Arbeitsschritte anhand von damals aktuellen Produktionen, die somit beworben wurden. Schließlich gelangt Benchley zu Walt Disney, der jedoch den Trickfilm zu „The Reluctant Dragon“ gerade vollendet hat und ihn nun in einem Screening anschauen möchte, wozu er Benchley herzlich einlädt. Der Zuschauer bekommt so ebenfalls den Kurzfilm „The Reluctant Dragon“ zu sehen.⁴¹

38 Vgl. Hediger, Vinzenz: "Spaß an harter Arbeit. Der Making-of-Film" In: Hediger, Vinzenz: "Demnächst in Ihrem Kino" (2005), S. 337

39 Vgl. Wortmann, Volker: „DVD-Kultur und ‚Making-of‘: Beitrag zu einer Mediengeschichte des Autorenfilms.“ In: Rabbit Eye – Zeitschrift für Filmforschung 1 (2010), S. 95-108.

40 Ein plotbasierter Dokumentarfilm folgt einer vorgefertigten Geschichte, einem Plot, der wie im Spielfilm im Vorfeld ausgearbeitet und dann filmisch umgesetzt wird.

Vgl. Lipp Thorolf: „Spielarten des Dokumentarischen“ (2016), S.52 – 53

41 Vgl.: „The Reluctant Dragon – Behind the scenes at Walt Disney Studio“ (1941)

Nur wenige Jahre später, 1954, veröffentlicht Disney eine Serie namens „Disneyland“, in der Walt Disney selbst als Moderator auftritt. Er zeigt Trickfilme und Einblicke hinter die Kulissen verschiedener Filmproduktionen. In Folge Sieben: „Operation Undersea“ (1954), wird die schwierige Produktion des Films „20,000 Leagues Under the Sea“ (1954) dargestellt. Es ist ein einstündiges Making-of, das die Herausforderungen und die technische Umsetzung beschreibt und zudem Werbung für den Film war. Neben vielen Aufnahmen von den Dreharbeiten und Informationen zur Geschichte des Tauchens und zu verschiedenen Meeresbewohnern, werden die Stars des Films vorgestellt. Aufgrund seiner Machart gewann dieses Making-of einen Emmy als bestes Einzelprogramm des Jahres.⁴²

Alfred Hitchcock nutzte ebenfalls das Fernsehen als Werbeplattform, um den Zuschauern Einblicke in seine neuesten Filme zu geben.⁴³ Als Trailer zu „Psycho“ (1960)⁴⁴ führt Hitchcock durch das Set, wobei er erklärt, was für ein schreckliches Verbrechen hier verübt wurde. Er bricht seine Ausführungen aber immer ab, bevor er zu viel preis gibt. Andere Personen oder Technik sind nicht zu sehen und es wird nur eine Filmszene, ein kurzer Ausschnitt aus der Duschszene, gezeigt. Der Making-of-Charakter fällt hier nur wenig ins Gewicht, Aspekte wie Technik und Stars werden nicht erwähnt.

Das Making-of folgt den Strömungen der Filmgeschichte. Es passt sich an den populären Stil der jeweiligen Zeit an. So finden sich um 1930 Elemente des Kulturfilms im Making-of, 1950 passt es sich den Formaten des Fernsehens an und übernimmt Elemente der Reportage oder des Direct Cinema. Auch inhaltlich entwickeln sich Making-ofs weiter. War zu Beginn der Technikdiskurs im Fokus, wurden mit Aufkommen der Filmstars diese interessant, um sie zur Bewerbung des Films auch in Making-ofs einzusetzen. Im weiteren Verlauf der Geschichte wurden einzelne Regisseure zu Starfiguren und daher ebenso interessant. Dies traf vor allem

42 Sterritt, David: „Operation Undersea (1954)“ (o. J.) - <http://www.tcm.com/tcmdb/title/2075304/Operation-Undersea/articles.html> (Abgerufen am 05.09.2016)

43 Vgl. Rauscher, Andreas: „Making-of.“ In: Thomas Koebner: „Reclams Sachlexikon des Films“ (2007), S. 412

44 "Psycho (1960) Theatrical Trailer - Alfred Hitchcock Movie" - <https://www.youtube.com/watch?v=DTJQfFQ40II> (Abgerufen am 13.08.2016)

auf Hollywood-Regisseure zu. Die Hochzeit dieses Autorendiskurses endete etwa um 1980, als einige große Filme von Regisseuren wie Martin Scorsese und Michael Cimino flopten.⁴⁵ Dies alles führte zu den Making-ofs, wie sie heute in verschiedensten Formen zu sehen sind. Angefangen von kurzen Einblicken und Interviews bis hin zu Dokumentationen mit mehreren Stunden Länge, wie sie zum Beispiel bei der „Herr der Ringe“ Trilogie (2001-2003) des Regisseurs Peter Jackson zu finden sind.⁴⁶

3. Verwendung von Making-ofs

3.1 *Das Making-of als Werbung und Bonusmaterial*

Making-ofs haben in ihrem Ursprung einen werblichen Charakter. Sie werden als „parasitäres Format“ und „Gratiswerbung“ bezeichnet, da sie eine Nebenerscheinung der Filmproduktion und Vermarktung sind⁴⁷. Heute werden zu allen größeren Filmproduktionen Making-ofs produziert. Die Motivation dahinter ist meistens, den Film mit Hilfe des Making-of-Materials für den Zuschauer interessanter zu machen und ihn somit besser vermarkten zu können.⁴⁸

Zu jedem Film wird auch ein EPK, ein Electronic Press Kit erstellt. Dieses beinhaltet das Pressematerial, welches Journalisten und Kinomagazinen zur Verfügung gestellt wird. Es besteht aus Trailer, B-Roll⁴⁹, Filmausschnitten und Interviews mit den wichtigsten Schauspielern, dem Regisseur, den Produzenten und je nach Produktion

45 Vgl. Hediger, Vinzenz: "Spaß an harter Arbeit. Der Making-of-Film" In: Hediger, Vinzenz: "Demnächst in Ihrem Kino" (2005), S. 339

46 o.V. (o. J.): "Blu-ray Disc Review: Der Herr der Ringe - Trilogie (Extended Edition)" - <http://www.blurayreviews.ch/reviews/lord-of-the-rings-the-trilogy-extended-blu-ray-review.htm> (Abgerufen am 06.10.2016)

47 Vgl. Hediger, Vinzenz: "Spaß an harter Arbeit. Der Making-of-Film" In: Hediger, Vinzenz: "Demnächst in Ihrem Kino" (2005), S. 333

48 Vgl. Rauscher, Andreas: „Making-of.“ In: Thomas Koebner: „Reclams Sachlexikon des Films“ (2007), S. 411

49 Als B-Roll wird Material bezeichnet, das von einer weiteren Kamera am Set, meist vom EPK Team, aufgenommen wird. Es zeigt Aufnahmen von den Dreharbeiten, meist bei großen und interessanten Szenen. Vgl. Mehrens, Jan: "Eine "b-roll" - was ist das eigentlich?" (o. J.) - <http://www.b-roll.de/> (Abgerufen am 05.10.2016)

Vgl. Wagner, Stephanie: Interview vom 24.08.2016, Anhang S. 125

Vgl. Trüby, Larissa: Interview vom 31.08.2016, Anhang S. 121

noch weitere wie zum Beispiel einem Drehbuchautor. Produziert werden EPKs und auch Making-ofs von Firmen wie „Maz & Movie“ oder „S&L“. ⁵⁰

Im Fall von Constantin Film werden das EPK-Material und Making-ofs bei kleineren Projekten zum Teil von der so genannten „Inhouse Produktion“ selbst produziert. Die „Inhouse Produktion“ hat sich in den letzten Jahren als Mittel der Ausbildung entwickelt. Sie besteht aus einigen erfahrenen Mitarbeitern und Auszubildenden, die so die Möglichkeit bekommen, einzeln oder als Team am Set eines Films B-Roll und Making-of Aufnahmen zu drehen. Wichtige Interviews werden von erfahrenen Mitarbeitern übernommen, alles weitere wird den Auszubildenden überlassen. Diese haben dann auch die Möglichkeit, ihr eigenes Material in Making-ofs oder andere Spots, zum Beispiel für das Internet, zu verarbeiten. ⁵¹

Making-of-Team und EPK-Team tauschen oftmals Material aus, denn viele Interviews des EPK können auch im Making-of verwendet werden. ⁵² Wenn das EPK Team nicht gleichzeitig das Making-of macht, wird das restliche Material von einem weiteren Team gedreht. So werden zu fast jedem Film Making-ofs erstellt, die zum einen auf der DVD erscheinen und zum anderen im Vorfeld als Werbung im Fernsehen oder Internet gezeigt werden. Die Making-ofs, wie sie Constantin Film für DVDs produziert, haben eine Länge von 10 bis 20 Minuten. Die Kurzfassungen für die online Bewerbung sind drei bis fünf Minuten lang. Die Firma „S&L“ bietet zusätzlich zur Making-of-Produktion einen Sendeplatz an, an dem dieses ausgestrahlt werden. Sowohl „S&L“ als auch „Maz & Movie“ arbeiten mit Online-Plattformen zusammen, bei denen die Making-ofs dann zu sehen sind. ⁵³

Das EPK-Team wird in der Regel nur für wenige Tage an das Set geholt, wohingegen ein Making-of-Team länger am Set sein kann. ⁵⁴

Auch bei Fernsehproduktionen werden zum Teil Making-ofs gemacht. Bei der ARD Märchenreihe „Sechs auf einen Streich“ wurde zu jeder Produktion vom Sender ein Making-of-Team beauftragt. Die Making-ofs wurden dann im Vorfeld zu

50 Vgl. Wagner, Stephanie: Interview vom 24.08.2016, Anhang S. 125

51 Vgl. Wagner, Stephanie: Interview vom 24.08.2016, Anhang S. 125

52 Vgl. Wagner, Stephanie: Interview vom 24.08.2016, Anhang S. 125

Vgl. Trüby, Larissa: Interview vom 31.08.2016, Anhang S. 121

53 Vgl. Wagner, Stephanie: Interview vom 24.08.2016, Anhang S. 125

54 Vgl. Trüby, Larissa: Interview vom 31.08.2016, Anhang S. 121

Marketingzwecken ausgestrahlt. Die Länge des Making-ofs richtet sich hier nach den Wünschen des Senders, der einen bestimmten Sendeplatz dafür vorsieht.⁵⁵ Nach der Ausstrahlung finden sich die Making-ofs nun auch auf den jeweiligen DVDs, sowie online auf der Website zu „Sechs auf einen Streich“ wieder. Hier gibt es zudem weiteres Bonusmaterial wie Interviews mit Darstellern und Autoren.⁵⁶

3.2 Die Produktion von Making-ofs

// Die Auftraggeber

Ein Making-of wird meist vom Produzenten des Films, zum Beispiel einem Sender, in Auftrag gegeben.⁵⁷ Andere Auftraggeber können Verleiher sein. Aber auch ein Regisseur, der passende Ideen für Making-ofs und das Marketing des Films hat, kann die Produktion initiieren. So erläutert Stephanie Wagner, Projektleiterin der Inhouse Produktion bei Constantin Film, dass bei „Fack ju Göhte“ (2013) Regisseur Bora Dagtekin der Auslöser für die Produktion verschiedener Clips und Spots war. Es handelt sich hierbei nicht nur um Making-ofs sondern auch um Werbung.⁵⁸

Als weiteres Beispiel, bei dem der Regisseur ein Making-of initiiert hat, ist der Film „Timm Thaler“ (2017). Hier wird ein Making-of produziert, das den kompletten Produktionsweg einer einzelnen Szene nachverfolgt. Für dieses Projektes müssen diverse weitere Gewerke interviewt und mehr Produktionsschritte dokumentiert werden, als von einem EPK und einem werblichen Making-of abgedeckt werden.⁵⁹

Aber auch andere an der Produktion beteiligte Personen, wie Stephanie Wagner selbst, können die Produktion eines Making-of in Gang bringen. So fand sie den Film „Er ist wieder da“ (2015), zu dem kein Making-of geplant war, so bemerkenswert, dass sie nach Absprache mit Vorstand und Produzent ein Budget von 10.000 € zur Verfügung gestellt bekam, um das Making-of zu produzieren.⁶⁰

55 Vgl. Windelboot, Petra, Askania Media, Interview vom 29.07.2016, Anhang S. 134

56 "6 auf einen Streich" - <https://www.rbb-online.de/maerchenfilm/> (Abgerufen am 04.08.2016)

57 Vgl. Windelboot, Petra, Askania Media, Interview vom 29.07.2016, Anhang S. 134

58 Vgl. Wagner, Stephanie: Interview vom 24.08.2016, Anhang S. 125

59 Vgl. Wagner, Stephanie: Interview vom 24.08.2016, Anhang S. 125

60 Vgl. Wagner, Stephanie: Interview vom 24.08.2016, Anhang S. 125

Im Normalfall trägt der Verleiher die Kosten für das Making-of.⁶¹ Die Investitionskosten werden jedoch durch eine gute Werbewirksamkeit gerechtfertigt.⁶² Durch zahlreiche neue Distributionskanäle, allen voran Facebook und Youtube können Making-ofs schnell und vergleichsweise kostengünstig verteilt werden.

// Der Produktionsablauf

Der Ablauf der Making-of Produktion wird im Vorfeld genau geplant. Im Bereich TV legt die Redaktion fest, welche Motive und Szenen sich besonders für das Making-of eignen und in welchen die Beteiligten am besten bei ihrer Arbeit beobachtet werden können. An den entsprechenden Drehtagen ist das Making-of Team vor Ort und begleitet die Produktion. Somit steht im Normalfall zu Beginn schon fest, welchen Umfang das Making-of haben soll und welche Kosten daraus resultieren. Bei einer klassischen Fernsehproduktion mit rund 22 Drehtagen ist ein Making-of Team etwa sechs bis sieben Tage vor Ort.⁶³ Dieses besteht in der Regel aus einem EB-Team⁶⁴ mit zwei bis drei Personen und einem Regisseur bzw. Autor. Es kann aber auch eine Einzelperson sein, wie bei Larissa Trüby⁶⁵ der Fall, die bei einigen ihrer Aufträge allein gearbeitet hat.⁶⁶ Auch die Zeit, die das Team am Set ist, kann variieren. Bei „Das Parfum“ begleitete Larissa Trüby die komplette Produktion von der Vorproduktion bis zur Postproduktion.⁶⁷ Bei Constantin Film werden einige Produktionen mit Hilfe der „Inhouse Produktion“ über die gesamten Dreharbeiten begleitet. So geschehen bei "Gut zu Vögeln" (2016) oder "Bruder vor Luder" (2015).⁶⁸ Am Set wird mit der Aufnahmeleitung und Set-Aufnahmeleitung besprochen, wie das Making-of-Team agieren kann. Sie werden so gut es geht in den Produktionsablauf integriert und können nach Absprache Interviews mit Schauspielern und Regisseur führen, oder Schauspieler in Maske und Kostüm begleiten.⁶⁹ Häufig müssen weitere Interviews nach den Dreharbeiten geführt werden, da während der Produktion nur

61 Neunzerling, Felix: "Presse und PR für Filmproduktionen" (1998), S.71

62 Neunzerling, Felix: "Presse und PR für Filmproduktionen" (1998), S.71

63 Windelboot, Petra, Askania Media, Interview vom 29.07.2016, Anhang S. 134

64 Elektronische Berichterstattung

65 Larissa Trüby ist Regisseurin und Produzentin und hat verschiedene Making-of produziert

66 Vgl. Trüby, Larissa: Interview vom 31.08.2016, Anhang S. 121

67 Vgl. Trüby, Larissa: Interview vom 31.08.2016, Anhang S. 121

68 Vgl. Wagner, Stephanie: Interview vom 24.08.2016, Anhang S. 125

69 Vgl. Windelboot, Petra, Askania Media, Interview vom 29.07.2016, Anhang S. 134

wenig Zeit bleibt und einige Beteiligte während den Dreharbeiten keine Interviews geben möchten.⁷⁰

Die Arbeit als Making-of-Team kann durchaus schwierig werden, da am Filmset sehr viele Personen auf engem Raum arbeiten. *“Als Making-of Team bist du sowieso so ein Underdog [...]”* (Wagner, Stephanie: Interview vom 24.08.2016) Das Making-of-Filmteam möchte gute Aufnahmen des Geschehens bekommen, wobei darauf geachtet werden muss, nicht im Weg zu stehen oder die Schauspieler und andere Mitarbeiter zu stören. In einigen Fällen wird nur ein kleines Making-of Team in einer Szene zugelassen und in wenigen Ausnahmen kann es auch vom Set verwiesen werden, was an Schauspielern oder Regisseuren liegen kann, die keine Making-ofs mögen.⁷¹

Nach den Dreharbeiten muss das Material geschnitten werden. Je nach Art des geplanten Making-of können mehrere hundert Stunden Material zusammen kommen. So gab es zu „Das Parfum“ rund 200 Stunden Material.⁷² Bei Constantin Film übernimmt den Schnitt teilweise die „Inhouse Produktion“ und teilweise werden externe Cutter beauftragt. Die Arbeit am Schnitt beginnt in der Regel nachdem der Film, zumindest in einer Rohfassung fertig ist. Mit dieser wird gearbeitet und das Making-of zum Schluss mit den Aufnahmen aus dem fertigen Film finalisiert.⁷³

Der Umfang eines Making-of kann sehr variabel sein. Es kommt hier auf den Film an, der mehr oder weniger Ansatzpunkte bietet. Eine leichte Komödie wird weniger interessantes bieten als ein historischer Kostümfilm. Aber der Umfang hängt auch von den Machern ab und vom zur Verfügung stehenden Budget. Ein großer Film mit entsprechendem Budget kann es sich eher leisten, ein Making-of-Team über längere Zeit am Set zu behalten.⁷⁴

Making-ofs werden vor Ausstrahlung oder Filmstart als erweiterter Trailer im Fernsehen ausgestrahlt oder Nachrichtenmagazinen bzw. Kinomagazinen zur

70 Vgl. Trüby, Larissa: Interview vom 31.08.2016, Anhang S. 121

71 Vgl. Trüby, Larissa: Interview vom 31.08.2016, Anhang S. 121

Vgl. Wagner, Stephanie: Interview vom 24.08.2016, Anhang S. 125

72 Vgl. Trüby, Larissa: Interview vom 31.08.2016, Anhang S. 121

73 Vgl. Trüby, Larissa: Interview vom 31.08.2016, Anhang S. 121

Vgl. Wagner, Stephanie: Interview vom 24.08.2016, Anhang S. 125

74 Vgl. Windelboot, Petra, Askania Media, Interview vom 29.07.2016, Anhang S. 134

Vgl. Wagner, Stephanie: Interview vom 24.08.2016, Anhang S. 125

Verfügung gestellt. Auch viele Online-Kinomagazine und Youtube-Kanäle verbreiten die kurzen Making-ofs. Zudem erscheinen ausführlichere Making-ofs auf den DVDs oder Blu-rays der Filme.⁷⁵

Im Folgenden sollen nun die verschiedenen Arten von Making-of genauer erläutert und deren Aufbau analysiert werden.

3.3 Werbliche Making-ofs

Diese kurzen Einblicke hinter die Kulissen werden als besondere Art von Trailer oder Teaser im Marketing eingesetzt. Es werden Aufnahmen vom Dreh, eine besonders spektakuläre Szene oder ein besonders aufwendiges Set gezeigt, was den Zuschauer neugierig auf den Film macht.⁷⁶ Oftmals werden Szenen aus dem Film und Making-of Szenen gegenübergestellt und Interviews von Regisseur, Produzent und Schauspielern gezeigt. Diese werblichen Making-ofs haben eine Länge von etwa 2-20 Minuten. Zu diesen zählen auch die Featurettes.

3.3.1 Simultane Making-ofs

Die meisten Making-ofs sind retrospektiv, das heißt sie blicken zurück auf die Produktion und erscheinen erst nach Fertigstellung des Films. Es gibt jedoch einige Beispiele, bei denen der Blick hinter die Kulissen simultan zur Produktion veröffentlicht wurde.⁷⁷

Simultane Making-ofs werden über Social Media Kanäle wie „Youtube“ oder die eigenen Webseiten der jeweiligen Filme verbreitet. Sie informieren die Fangemeinde über den aktuellen Stand der Produktion, womit das Interesse am kommenden Film

75 Vgl. Windelboot, Petra, Askania Media, Interview vom 29.07.2016, Anhang S. 134

Vgl. Wagner, Stephanie: Interview vom 24.08.2016, Anhang S. 125

76 Vgl. Rauscher, Andreas: „Making-of.“ In: Thomas Koebner: „Reclams Sachlexikon des Films“ (2007), S. 412

77 Dr. Schwanebeck, Wieland: "making-of: klassisches" (o. J.) - <http://making-of-lexikon.de/#text=faking-of> (Abgerufen am 23.07.2016)

gesteigert wird. Solch ein Vorgehen dürfte sich vor allem bei Filmen lohnen, die von vornherein eine große Fangemeinde haben. Ein Beispiel hierfür ist „The Hobbit: An Unexpected Journey“ (2012) von Regisseur Peter Jackson. Die vorangegangenen Filme der „Herr der Ringe“ Trilogie (2001-2003) waren große Erfolge und es bildete sich eine große Fangemeinde sowohl um das Herr der Ringe-Universum, als auch um Regisseur Peter Jackson.⁷⁸

Zu „The Hobbit: An Unexpected Journey“ gibt es zehn Videoblog-Beiträge⁷⁹, die von Regisseur Peter Jackson moderiert werden und die Produktion begleiten. Die Videos wurden während der Produktion veröffentlicht und waren mit großer Wahrscheinlichkeit Teil der Marketingstrategie. Die kleinen, etwa 15 Minuten langen Videos, bieten Einblicke in alle Bereiche der Produktion und umfassen alle von Hediger beschriebenen Diskurse. Es werden die einzelnen Abteilungen, Maske, Kostüm, Ausstattung, Technik, usw., vorgestellt und die Verantwortlichen erklären in kurzen Interviews ihre Arbeit. In den Studios bekommt der Zuschauer Einblicke in die Dreharbeiten und in Interviews stellen sich die Stars und ihre Rollen vor. Dabei wird der Spaß an der Arbeit besonders hervorgehoben. Folge fünf des Blogs befasst sich mit der logistischen Herausforderung, diese große Produktion mit Hilfe von Trucks und Hubschraubern an die verschiedenen Drehorte zu bringen. Hier kommen die Beteiligten der Produktionsabteilung zu Wort und berichten von der großen Aufgabe. Insgesamt wird mit den Blogs ein guter Einblick in die Arbeit des Teams gegeben, was den Respekt des Zuschauers und das Interesse am Film steigert. Zudem wirken diese Blog Beiträge sehr dokumentarisch und authentisch, da der Zuschauer Peter Jackson bei seiner Arbeit begleitet und ihm über die Schulter schaut, wobei die meiste Zeit mit einer Handkamera gearbeitet wird.

Im ersten Video sagt Peter Jackson zu seinen Kollegen: „*we do need to do a little*

78 Auch zu sehen an den Bewertungen auf IMDb. Die drei Herr der Ringe Teile haben jeweils über 8/10 Sternen bei über einer Millionen Bewertungen pro Film.

Vgl. IMDb zu "Der Herr der Ringe - Die Gefährten" - http://www.imdb.com/title/tt0120737/?ref=fn_al_tt_4 (Abgerufen am 26.09.2016)

Vgl. IMDb zu "Der Herr der Ringe - Die zwei Türme" - http://www.imdb.com/title/tt0167261/?ref=fn_al_tt_6 (Abgerufen am 26.09.2016)

Vgl. IMDb zu „Der Herr der Ringe - Die Rückkehr des Königs“ http://www.imdb.com/title/tt0167260/?ref=fn_al_tt_5 (Abgerufen am 26.09.2016)

79 „Making Of "The Hobbit: An Unexpected Journey" Full | All of Production Blogs 1-9“ - <https://www.youtube.com/watch?v=qWuJ3UscMjk> (Abgerufen am 26.09.2016)

*blog*⁸⁰, was ein Hinweis darauf sein könnte, dass die Blogs von den Produzenten oder vom Verleiher vorgeschrieben wurden.

Wie dieses Beispiel zeigt, ist die Grenze von werblichen zu dokumentarischen Making-ofs sehr fließend. Der Zweck des Blogs ist die Bewerbung von „The Hobbit“. Die Zuschauer werden mit Informationen und Eindrücken versorgt, die ihr Interesse für den Film steigern. Da der Zuschauer Peter Jackson unmittelbar folgt, tritt der werbliche Charakter oft in den Hintergrund, und das Interesse für die Personen und ihre Arbeit rückt in den Vordergrund. Alle Blogbeiträge am Stück haben eine Länge von etwa zwei Stunden und bilden zusammen eine Art Film, der in Kapitel eingeteilt ist. Im Vergleich zu retrospektiven Making-ofs sind logischerweise keine Filmszenen enthalten. Bei dem genannten Beispiel werden jedoch einige Szenen aus den „Herr der Ringe“-Filmen gezeigt, da verschiedene Sets wiederverwendet wurden. Die einzelnen Videos sind sehr professionell gemacht. Die Kameraführung ist trotz der dokumentarischen Handkamera sehr ruhig und der Schnitt wirkt stimmig. Der Ton ist durchweg klar und die musikalische Untermalung mit Titeln aus „Herr der Ringe“ unterstreicht die Zugehörigkeit zu der erfolgreichen Trilogie.

Auch die Produktion von „Superman Returns“ (2006) wurde mit einem Videoblog begleitet.⁸¹ Regisseur Bryan Singer spricht als Moderator zum Publikum. Es werden Eindrücke der Produktion gegeben und Interviews mit vielen Beteiligten gezeigt. Insgesamt gibt es 29 Episoden, von denen 27 in sozialen Medien veröffentlicht wurden. Die komplette Serie wurde auf der "Superman Ultimate Collector's Edition" veröffentlicht.⁸² Die einzelnen Videos sind nur ein bis sieben Minuten lang und behandeln die Themen Technik, Drehorte, Sets, Stars und Autor. Insgesamt sind diese Videos etwas einfacher gemacht als der Video Blog zu „The Hobbit“, was sich in Kameraarbeit, Schnitt und Musik widerspiegelt. Eine Besonderheit bildet Folge Acht „The Call“. Hier wird Bryan Singer von Peter Jackson angerufen, der in den

80 „Making Of "The Hobbit: An Unexpected Journey" Full | All of Production Blogs 1-9“ (00:01:25) - <https://www.youtube.com/watch?v=qWuJ3UscMjk> (Abgerufen am 26.09.2016)

81 "Superman Returns - Bryan's Journals" - <https://www.youtube.com/playlist?list=PLFDAF697EA1F5530A> (Abgerufen am 26.09.2016)

82 Vgl. Freiman Barry: „Review - "Bryan Singer's Video Journals" Bonus Disc“ (o. J.) - <http://www.supermanhomepage.com/movies/movies.php?topic=suce14-dvd-review> (Abgerufen am 27.07.2016)

Dreharbeiten zu „King Kong“ (2005) steckt und um Hilfe bittet. Singer fliegt daraufhin nach Neuseeland um ihn zu unterstützen. Dort angekommen findet er einen überarbeiteten und übermüdeten Peter Jackson vor und springt kurzfristig als Regisseur ein. Hier überschneiden sich die Making-ofs zweier Produktionen, was dem Zuschauer interessante Einblicke gibt, die über den gewöhnlichen Umfang werblicher Making-ofs hinausgeht. Zudem ist es gratis Werbung für Universal zum Film „King Kong“.

Zu „King Kong“ selbst wurde ein eigener Videoblog mit 54 Folgen produziert, die parallel zur Produktion erschienen. Kurz nach der Veröffentlichung der DVD wurden die Videos aus dem Netz genommen und sind nun nur noch als extra Kaufanreiz in der „King Kong: Peter Jackson's Production Diaries“ Version verfügbar.⁸³

3.3.2 Retrospektive Making-ofs

Zur Visualisierung der Verhältnisse von verschiedenen Elementen im Making-of, werden im Folgenden abgewandelte Einstellungsprofile verwendet. Abgeleitet sind diese von den in der Filmanalyse genutzten Einstellungsprofilen, die das Verhältnis von Einstellungsgrößen visualisieren.⁸⁴ Die hier verwendeten Diagramme sollen für die Bild und die Tonebene darstellen, wie die Making-ofs aufgebaut sind.

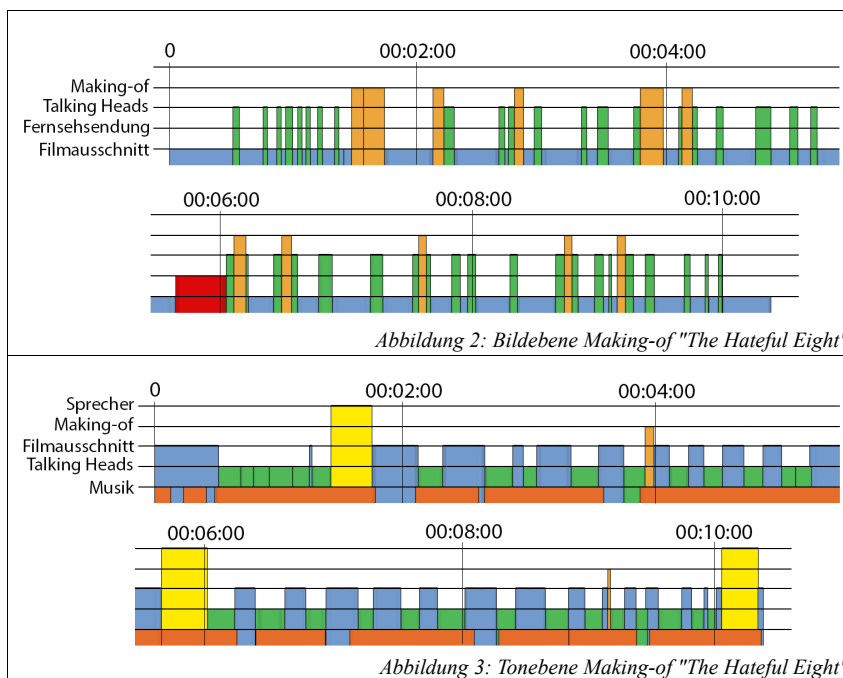
// The Hateful Eight

Bei „The Hateful Eight“ (2015) finden sich diverse Making-ofs und Behind the Scenes Videos auf Youtube. Diese wurden kurz vor Kinostart veröffentlicht. In einem als „Making-of“ betitelten Video mit Zehn Minuten Länge⁸⁵, werden viele Szenen aus dem Film zusammen mit Interviews der Schauspieler und des Regisseurs gezeigt. Szenen vom Set gibt es wenige und bei diesen ist kaum ein Originalton zu hören.

83 Vgl. Abel, Glenn: „King Kong: Peter Jackson's Production Diaries“ (2005) - https://web.archive.org/web/20060513134323/http://www.hollywoodreporter.com/thr/reviews/review_display.jsp?vnu_content_id=1001700175 (Abgerufen am 21.09.2016)

84 Kuchenbuch, Thomas: "Filmanalyse – Theorien. Methoden. Kritik" 2. Auflage (2005), S.50

85 Making-of zu "The Hateful Eight" - <https://www.youtube.com/watch?v=yGI7nns8xAU> (Abgerufen am 24.07.2016)



Die Stimmung der Beteiligten ist durchweg positiv. Sie loben den Film und den Regisseur und betonen wie viel Spaß die Produktion gemacht hat. Es werden zwei der Diskurse behandelt, die Hediger beschreibt: Stars und Autor. Auch der Spaß an der Produktion wird hervorgehoben. Jeder der Interviewpartner erzählt etwas von seiner Rolle und gibt kleine Hinweise zur Geschichte des Films. Jedoch nie so viel um wirklich etwas zu verraten. Es wird grob erklärt, worum es im Film geht und das Ende wird nicht erwähnt. Unterlegt ist das Video mit der gleichen Musik wie der Trailer und viele der gezeigten Szenen kommen auch im Trailer vor.

All die genannten Merkmale sind charakteristisch für ein werbliches Making-of.⁸⁶

In verschiedenen Featurettes wird über den Regisseur Quentin Tarantino gesprochen oder über die Technik, eine 65mm Filmkamera, die in diesem Film verwendet wurde.⁸⁷ Des weiteren gibt es mehrere „Behind the Scenes“ in denen hintereinander geschnittene Aufnahmen vom Set gezeigt werden.⁸⁸

86 Making-of zu "The Hateful Eight" - <https://www.youtube.com/watch?v=yGI7nns8xAU> (Abgerufen am 24.07.2016)

87 "The Hateful Eight Featurette - Ultra Panavision (2015) - Quentin Tarantino Movie HD" - <https://www.youtube.com/watch?v=SGg2N32Z-co> (Abgerufen am 24.07.2016)

88 So zum Beispiel "The Hateful Eight: Behind the Scenes Movie Broll - Quentin Tarantino, Samuel L. Jackson" - <https://www.youtube.com/watch?v=ahwEErmqgy4> (Abgerufen am 26.09.2016)

// The Hunger Games: Mockingjay - Part 2

Ein weiteres Beispiel ist „The Hunger Games: Mockingjay - Part 2“ (2015). Hier bietet das 13-minütige Making-of⁸⁹ ein breites Spektrum an Informationen rund um die Produktion. Angefangen bei der Geschichte und den Charakteren, über Effekte und Action Choreographien, bis hin zu Kostüm und Maske. Das gesamte Video wirkt aufgrund der Musik und den vielen Filmausschnitten (Abb. 4 & 5) noch extremer wie ein erweiterter Trailer und sogar der Anfang von Trailer und Making-of ist identisch. Das Erscheinungsdatum liegt knapp nach dem Kinostart.

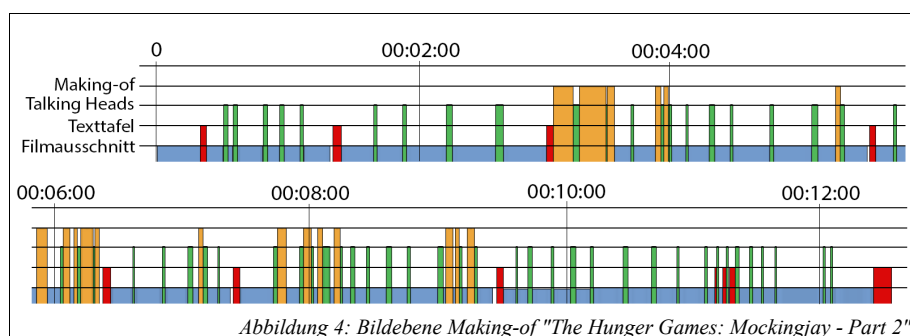


Abbildung 4: Bildebene Making-of "The Hunger Games: Mockingjay - Part 2"

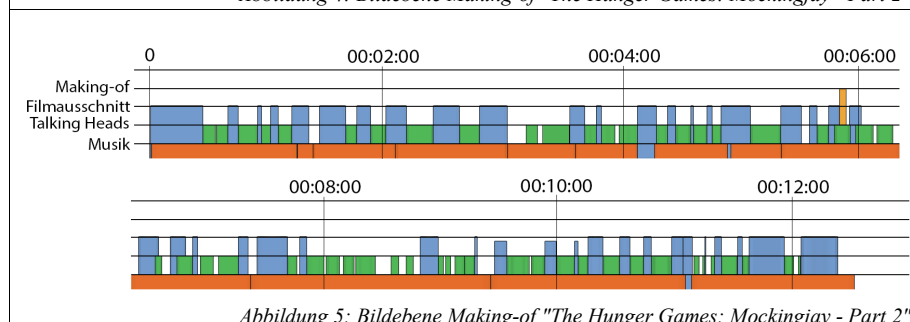


Abbildung 5: Bildebene Making-of "The Hunger Games: Mockingjay - Part 2"

Zu dieser Produktion gibt es noch diverse andere kurze Making-ofs von Filmmagazinen und B-Roll Material.⁹⁰

Auch zur deutschen Produktion „Honig im Kopf“ (2014) wurde das Making-of vor dem Kinostart veröffentlicht. Das ca. fünfminütige Video⁹¹ ist eine Mischung aus

89 Making-of zu "The Hunger Games: Mockingjay - Part 2" - <https://www.youtube.com/watch?v=NJGvt9jjVAw> (Abgerufen am 23.07.2016)

90 o. V.: "Was versteht man unter EPK und B-Roll Footage?" (o. J.) - http://www.media24.de/epk_erklaerungen.html (Abgerufen am 14.08.2016)

91 Making-of zu "Honig im Kopf": <https://www.youtube.com/watch?v=YwxThPJ2YtM> (Abgerufen am 23.07.2016)

Filmausschnitten und Kommentaren von Regisseur und Schauspielern. Da es sich um eine Tragikomödie handelt, liegt der Fokus des Making-ofs auf der Geschichte und den Charakteren. Aufnahmen vom Set sind nur wenige vorhanden.

Die Behind the Scenes, Making-ofs und Featurettes dieser Filme wurden gezielt eingesetzt, um die Zuschauer neugierig zu machen, in die Kinos zu locken und den Film zu vermarkten. Dabei werden alle Aspekte gänzlich positiv betrachtet und die Meisterung von Herausforderungen wird betont. Es werden nie viele Informationen zur Geschichte des Films oder gar das Ende preisgegeben. Der Zuschauer benötigt kein weiteres Wissen um den Film und diese werblichen Making-ofs zu konsumieren. Der zu Beginn erwähnte kreative Kollektiv-Körper ist in den werblichen Making-ofs kaum zu erkennen. Auch lassen sich über diese nur sehr wenig Rückschlüsse auf die kreativen Prozesse ziehen, die während der Produktion wirkten.

3.3.3 DVD Making-of

Auf DVDs finden sich neben weiteren Extras wie Interviews und Audiokommentaren auch Making-ofs. Ziel dieser Making-ofs ist nicht, den Zuschauer dazu zu bringen den Film zu schauen, sondern ihn dazu zu bewegen sich weiter mit dem Film zu beschäftigen und bestenfalls mehr zu investieren.⁹² Darüber hinaus spielt hier sicher auch wieder die Imagepflege eine Rolle, sowie den Respekt für die Macher zu steigern.

Im Gegensatz zu Making-ofs die im Vorfeld eingesetzt werden, können jene, die auf DVDs zu finden sind, nicht ohne den dazugehörigen Film zu kennen geschaut werden. Hier ist das Making-of der Paratext, der ohne das Wissen um den Text (den Film) nicht in vollem Umfang verständlich und nachvollziehbar ist. Diese Making-of können sehr unterschiedlich ausfallen.

⁹² Vgl. Hediger, Vinzenz: "Spaß an harter Arbeit. Der Making-of-Film" In: Hediger, Vinzenz: "Demnächst in Ihrem Kino" (2005), S. 332

// The Insider

Bei „The Insider“ (1999) beschränkt sich das Making-of auf ein siebenminütiges Video, das aus einem Zusammenschnitt von Interviews mit Regisseur und Darstellern besteht, die über lange Filmausschnitte gelegt sind. Zusätzlich werden kurze Interviewausschnitte mit den Personen gezeigt, auf deren Geschichte der Film basiert und die an der Produktion beteiligt waren. Insgesamt wirkt dieses Video aufgrund der schnellen Schnitte und der wenigen Aufnahmen vom Set sehr oberflächlich, obwohl das Thema des Films, die Veröffentlichung geheimer Hintergrundinformationen der Tabakindustrie, sicher eine tiefgründigere Auseinandersetzung zugelassen hätte. Auch hätte das Original-Interview mit Jeffrey Wigand, der Hauptperson der wahren Begebenheit, ein gutes Extra ergeben.

// Jurassic Park

Anders wurde bei dem Making-of zu „Jurassic Park“ (1993) verfahren.

„Jurassic Park“ wurde durch seine, zur damaligen Zeit, bahnbrechenden Animationstechnik berühmt. Er gewann drei Oskars: Bester Ton, bester Tonschnitt und beste Visuelle Effekte.⁹³

Zwei Jahre nach Veröffentlichung des Films erschien das auf der DVD enthaltene Making-of. Es hat eine Länge von 51 Minuten und befasst sich mit der komplexen Produktion des Films, wobei der Fokus sehr stark auf dem Technikdiskurs, der Entwicklung der neuen Tricktechnik und 3D Animation liegt.

Im Gegensatz zu den bisher betrachteten Making-ofs wird bei „Jurassic Park“ mit einem Moderator und Sprecher gearbeitet. Der Schauspieler James Earl Jones führt den Zuschauer durch die Dokumentation. Er moderiert in einem thematisch passenden Museum, in dem Dinosaurierskelette ausgestellt sind.

Der Film beginnt mit einer kurzen Einleitung und einem Überblick, was den Zuschauer in den kommenden 50 Minuten erwartet: Die Geschichte wie Steven Spielberg die Dinosaurier zum Leben erweckte. Der Film gliedert sich in Vorproduktion, Dreharbeiten und Postproduktion. Die einzelnen Teile werden mit Texttafeln klar getrennt.

⁹³ IMDb zu "Jurassic Park" - http://www.imdb.com/title/tt0107290/awards?ref_=tt_awd (Abgerufen am 26.09.2016)

In der Vorproduktion wird erläutert wie Spielberg, der schon immer Fan von Dinosauriern war, die Geschichte um „Jurassic Park“ aus Micheal Crichtons Buch adaptierte und sich aufmachte, die Dinosaurier zum Leben zu erwecken. Es wird Schritt für Schritt erklärt, wie Modelle der Dinosaurier und deren Animatronik erstellt wurden und wie sich die Technik seit den ersten animierten Figuren bis zu Jurassic Park verändert hat. Die gesamte Vorproduktion wird sehr ausführlich behandelt, da der Technikdiskurs den größten Teil des Films ausmacht. Sehr betont wird auch die enge Zusammenarbeit mit Paläontologen, um nicht nur das Aussehen, sondern auch das Verhalten der Dinosaurier so authentisch wie möglich zu gestalten. Neben der technischen Entwicklung war dieses Feld ein Grund für den Erfolg über den reinen Film hinaus.

Im Kapitel Produktion, das nach 20 Minuten beginnt, wird gezeigt, wie die Dreharbeiten abliefen. Spielberg gibt Informationen zu seiner Schauspielerwahl und seiner Arbeit mit der neuen Technik. Da ihm die Animationen der Dinosaurier so gut gefielen, entschied er, das Ende zu ändern, um seinen Star, den T-Rex nochmals auftreten zu lassen. Spielberg ist ganz klar Autor des Films und somit ist auch der Autorendiskurs nach Hediger zu sehen. Die Schauspieler werden in diesem Making-of nur peripher erwähnt. Der Stardiskurs spielt somit eine untergeordnete Rolle und bezieht sich, wenn überhaupt, auf die Dinosaurier. Dies könnte auch darin begründet liegen, dass es keine bekannten Schauspieler in diesem Film gibt.

Der große animatronische T-Rex, der während der Dreharbeiten aufgrund der durchgehenden Beregnung anfang, sich zitternd zu bewegen und deshalb regelmäßig mit Tüchern getrocknet werden musste, steigern den Unterhaltungswert des Making-ofs.

Nach den Dreharbeiten geht es nach 31 Minuten in die Postproduktion, wo dem Zuschauer die einzelnen Abteilungen und deren Arbeit präsentiert werden. Unterhaltsam ist hier die Arbeit der Animatoren, die, um ein besseres Gefühl für die Bewegungen der Dinosaurier zu bekommen, ein Training absolvierten und so taten als seien sie Dinosaurier. Die entstandenen Aufnahmen dienten nun als Referenz für die Animationen. Das Kapitel der Postproduktion wird mit der letzten großen Szene

des Films beendet.

Zum Schluss des Films geben alle Beteiligten noch abschließende Worte und Prognosen für die Zukunft ab.

An diesem Beispiel lässt sich erkennen, dass ein längeres Making-of bei technischen Herausforderungen und Neuerungen sinnvoll ist. Der Technik- und Autorendiskurs steht im Vordergrund und die Stimmung im Making-of ist durchweg positiv. Es werden kaum Emotionen erzeugt, sondern die einzelnen Themen sachlich abgearbeitet. Die gezeigten Interviews scheinen fast alle nach Ende der Produktion geführt worden zu sein. Zur musikalischen Untermalung werden, wie in den meisten Making-ofs der Fall, Musikstücke aus dem Film verwendet. Dabei unterstreicht die Musik die gezeigten Bilder.

Um das Making-of in vollen Umfang zu verstehen, sollte der Film dem Zuschauer bekannt sein. Jedoch auch ohne die Kenntnis des Films kann verstanden werden, worum es geht, da zu jedem Schritt Vergleiche zwischen Produktionsprozess und fertigem Film gegeben werden.

Alles in Allem wird hier der Prozess der Filmentwicklung dargelegt. Es hat den Charakter eines Industriefilms⁹⁴, der sich nur sehr wenig Zeit für menschliche und zwischenmenschliche Geschichten nimmt. Als Zusatz auf einer DVD ist das vollkommen ausreichend, aber als eigenständiger Dokumentarfilm fehlt hier die Tiefe.

// Hugo

Das Making-of zu „Hugo“ (2011), „Shoot the Moon“ (2012) ist ein gutes Beispiel für ein klassisches DVD Making-of. Es ist 20 Minuten lang und behandelt alle von Hediger beschriebenen Diskurse. Im Gegensatz zu „Jurassic Park“ wird kein Sprecher verwendet, sondern allein mit Interviews gearbeitet. Nach einer kurzen Einleitung wird erklärt, wie es zur Produktion des Films kam. Bei „Hugo“ handelt es sich wie bei „Jurassic Park“ um eine Buchadaption. Regisseur Martin Scorsese bekam das Buch von einem Produzenten und wollte es sofort umsetzen. Die Intention, den Film zu machen ist also ähnlich wie bei „Jurassic Park“. Im weiteren

⁹⁴ Industriefilme sind zur Werbung gedacht. Sie sollen dem Zuschauer zeigen, wie ein Produkt hergestellt wird. Vgl. Wulff, Hans Jürgen: „Industriefilme“ (2012) - <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=210> (Abgerufen am 06.09.2016)

spricht Scorsese über seine Gedanken, die er sich bei der Ausarbeitung des Skripts machte, warum er welche Schauspieler ausgewählt hat und wie es für ihn war, zum ersten Mal in 3D zu filmen. Die Stars kommen auch zu Wort und loben sich gegenseitig und den Regisseur für die tolle Arbeit. Zudem berichten sie von ihren Rollen und ihren Erfahrungen am Set. Es wird in kurzen Sequenzen vom Bau der Kulissen berichtet, wobei es hier keine Aufnahmen der Vorproduktion gibt, sondern einfache Making-of Aufnahmen. Neben den technischen Leistungen wird die Arbeit mit verschiedenen Hunden hervorgehoben. Die Bilder sind mit Musikstücken aus dem Film unterlegt, womit auch die Stimmung des Films aufgegriffen wird. Die Interviews mit den Darstellern wurden während der Dreharbeiten gemacht, da diese in ihren Kostümen zu sehen sind. Die Postproduktion und die weiteren Erstellung der Effekte wird nicht erwähnt.

Insgesamt ist dieses Making-of sehr kurzweilig, recht schnell geschnitten (Abb. 6). Aufgrund der Kürze entsteht auch hier keine wirkliche Tiefe und der Film bleibt im Großen und Ganzen eine Aneinanderreihung von Informationen.

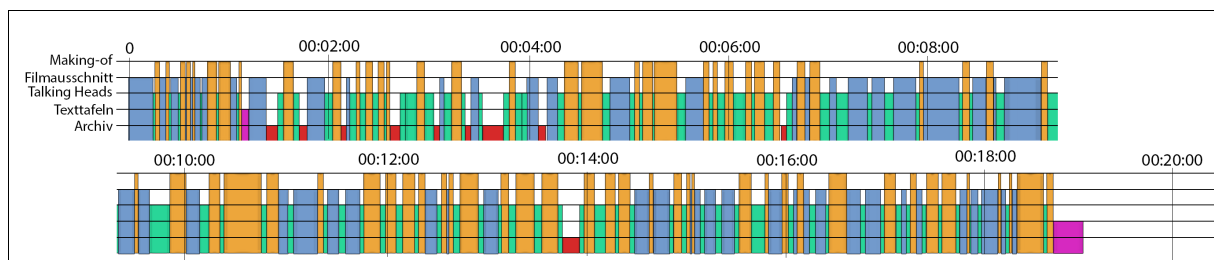


Abbildung 6: Bildebene Making-of "Hugo"

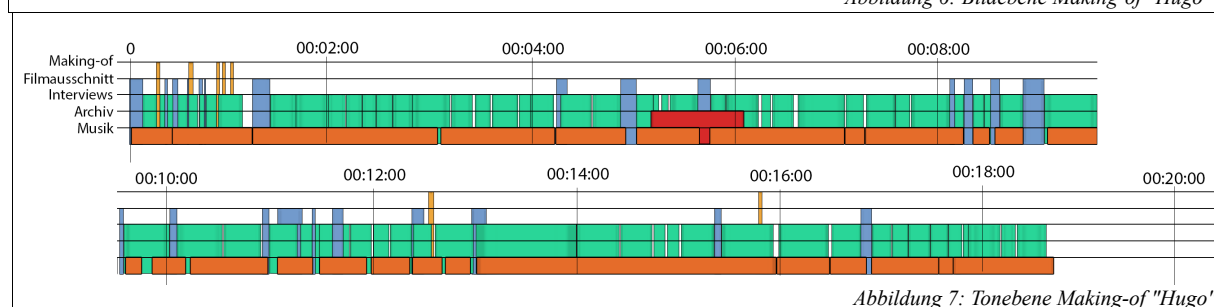


Abbildung 7: Tonebene Making-of "Hugo"

Um das Making-of zu verstehen, wird die Kenntnis des Films vorausgesetzt. Die einzelnen Charaktere werden nur sehr kurz umrissen und die gegebenen Informationen sind für eine Person ohne Kenntnis des Films nicht gut zuzuordnen. Mit großer Wahrscheinlichkeit war bei den Dreharbeiten lediglich für wenige Tage ein Team für ein EPK vor Ort.

Wie diese Beispiele zeigen, lernt der Zuschauer über den Blick hinter die Kulissen die Geheimnisse der Filmproduktion kennen. Diese geteilten Geheimnisse schafft, oder verstärken die Verbindung zwischen Publikum und Film und erzeugen weiteres Interesse. Das sorgt dafür, dass sich das Publikum länger mit dem Film beschäftigt und bestenfalls weiter in den Film investiert.⁹⁵ Sie sind jedoch sehr kurzweilig und trotz ihrer Länge eher oberflächlich. Es sind keine Filme, die zum mehrmaligen anschauen animieren. Es gibt keine wirkliche Dramaturgie. Es wird der Produktionsablauf verfolgt, aber es gibt keine ernsthaften Probleme oder Konflikte. Die Lösung wird sofort präsentiert und es baut sich keine Spannung auf.

Da heute zu den meisten Filmen werbliche Making-ofs gemacht werden und deren Inhalte oftmals einem standardisierten Muster entsprechen, ist der Ruf dieses Mediums eher schlecht geworden. Diese Standardisierung lässt sich an den vorangegangenen Beispielen ablesen. Vor allem bei kurzen werblichen Making-ofs ist dieser Trend stark zu sehen. Sie beschränken sich auf knappe Erklärungen und auf gegenseitiges Loben der Beteiligten.⁹⁶ Es lässt sich nachvollziehen, dass solche Filme auf Dauer nicht das Interesse eines größeren Publikums wecken können.

Oft werden auf einer DVD oder Blu-ray mehrere Making-of angeboten. Diese können sich auf verschiedene Teile der Produktion beziehen und der Benutzer hat die Möglichkeit auszuwählen, was er sich ansehen möchte.⁹⁷

Eine andere Möglichkeit zur Präsentation bietet die DVD zu „Matrix“ (1999). Hier hat der Zuschauer die Möglichkeit während des Films zu einem, zur Szene passenden Making-of zu gelangen, wenn unten rechts im Bild ein weißer Hase auftaucht. Diese „follow the white rabbit“-Funktion wurde neben Matrix in ähnlicher Weise auch in „Auf Herz und Nieren“ (2001) verwendet.⁹⁸

Mit verschiedenen Versionen einer DVD oder Blu-ray werden verschiedene Bonusmaterialien angeboten. So findet sich auf „Special Extended“-Editionen mehr

95 Vgl. Hediger, Vinzenz: "Spaß an harter Arbeit. Der Making-of-Film" In: Hediger, Vinzenz: "Demnächst in Ihrem Kino" (2005), S. 332-334

96 Dr. Schwanebeck, Wieland: "Making-of, klassisches" (o. J.) - <http://lexikon.de/#text=klassisches-making-of> (abgerufen am 05.09.2016)

97 Kaufmann, Thorsten: "Make me (not) believe" (2010), S.118ff

98 Kaufmann, Thorsten: "Make me (not) believe" (2010), S.80

Material, womit Fans je nach Wunsch die passende DVD oder Blu-ray für sich finden können. Diese Marketing-Strategie nennt sich Versioning.⁹⁹

Mit der DVD und all seinen Möglichkeiten, dem Filmbegeisterten schier unendliche Extras zu bieten erfüllte sich ein lang ersehnter Traum der Cineasten: *„Man wollte der Filmgeschichte habhaft werden und dem unaufhaltsamen Fluss der Kinoerlebnisse eine Geschichte der Artefakte entgegensetzen. Insgeheim träumte man von einer Verfügbarkeit der Filme, wie sie für die Werke der anderen Künste längst selbstverständlich war[...]“* (Wortmann, Volker: „DVD-Kultur und Making-of“ in „Rabbit Eye“ Ausgabe 1, 2010 S.96)

Jedoch betont Wortmann, dass auf Grund der Tatsache, dass das Bonusmaterial auf DVDs von den Produzenten des Films stammt, es keine Diskurse sind, die von außerhalb des Werkes stammen und es daher keine Medien-Kultur sei, wie sie von Cineasten zu frühen Zeiten des Films praktiziert wurde.¹⁰⁰

Für die Vermarktung von Filmen war die DVD im Jahr 2003 in den USA gewinnbringender als die Kinoauswertungen und somit ist auch das Making-of als Teil der Marketing Strategie sehr wichtig geworden. Durch die Bonusmaterialien und die Möglichkeit der individuellen Rezeption wird die DVD zu einem Erlebnis, das den Kinobesuch übersteigt. Die bloße Betrachtung des Films wird erweitert und es wird mit mehr Authentizität geworben. Als zentrales Element wird der Regisseur genannt, der, wie im weiteren zu sehen sein wird, im Making-of eine große Rolle spielt. Er tritt sowohl als Autor des Films in Erscheinung als auch als Bindeglied der verschiedenen Produktionsabteilungen.¹⁰¹

3.3.4 Das Making-of im Fernsehen

Das Making-of kann auch für das Fernsehen interessant sein. Im Fall der „Harry Potter“ Reihe (2001-2011) wurde zu jedem der 9 Teile ein Making-of im TV Format

99 Kaufmann, Thorsten: "Make me (not) believe" (2010), S. 83

100 Wortmann, Volker: „DVD-Kultur und Making-of“ in „Rabbit Eye“ Ausgabe 1, 2010, S. 105

101 Nitsche, Lutz: "Hollywoods neue Autorenpolitik, DVD und Filmvermarktung" In: Hediger, Vinzenz: "Demnächst in Ihrem Kino" (2005), S. 342ff

produziert mit dem Titel „Behind the Magic“.¹⁰² Der Moderator Ben Shephard ist vor Ort und führt durch die Sendung. Er unterhält sich mit verschiedensten Personen der Produktion, darunter die Hauptdarsteller, die von ihrer Arbeit berichten, wie viel Spaß sie hatten und wie herausfordernd verschiedene Szenen waren. Darüber hinaus werden Anekdoten erzählt. Es werden Filmausschnitte und Aufnahmen von den Dreharbeiten und Sets gezeigt, die Ben Shephard kommentiert. Durch die Machart der Filme mit einer Person, die vor Ort vor der Kamera ist, durch die Sendung führt und auch als Sprecher fungiert, werden Ähnlichkeiten mit dem Format der Reportage¹⁰³ deutlich, was hier wahrscheinlich bewusst angestrebt wurde, um es für das Fernsehen aufzubereiten.

Es ist eine durchweg positive Betrachtung der Filmproduktion, die viele Informationen bietet und unterhält, aber darüber hinaus keine wirklich Tiefe erzeugt. Das Ende der Filme wird nicht verraten. All diese Elemente lassen diese Filme als werbliche Making-of einordnen. Die einzelnen Teile haben eine Länge von rund einer Stunde und wurden kurz nach Kinostart ausgestrahlt.¹⁰⁴

Eine gänzlich andere Herangehensweise verfolgt der Film „Making of Heimat“ (2013), eine Dokumentation über die Produktion von „Die andere Heimat“ (2013) von Regisseur Edgar Reitz. Im Vorfeld sagte Reitz: *„Dreht bitte kein herkömmliches Making-of. Dreht einen Film, der zeigt wie ein Film entsteht!“*¹⁰⁵ Der Film unterscheidet sich schon daher, dass ohne Interviews, Sprecher oder Musik gearbeitet wird. Somit verfolgt der Film den Stil des Direct Cinema, bei dem die Kamera möglichst unauffällig und ein reiner Beobachter sein soll.¹⁰⁶

Inhaltlich werden von Casting bis zum Ende der Postproduktion alle Schritte verfolgt. Mit einer Länge von 119 Minuten übersteigt dieses Making-of auch die gängigen

102 Webite von Ben Shephard: <http://www.officialbenshephard.com/television/harry-potter-behind-the-magic> (Abgerufen am 27.09.2016)

103 Bender, Theo: "Reportage" (2011) - <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=309> (Abgerufen am 27.09.2016)

Lipp, Thorolf: "Spielarten des dokumentarischen" 2. Auflage (2016), S. 108f

104 "harry potter deathly hallows part 1 behind the magic" - https://www.youtube.com/watch?v=vW-_0LxsKAs (Abgerufen am 06.09.2016)

und Webite von Ben Shephard - <http://www.officialbenshephard.com/television/harry-potter-behind-the-magic> (Abgerufen am 06.09.2016)

105 Adolph, Jörg: "Making of Heimat – Ein Werkstattbericht" in Leitner, Matthias: "Der Dokumentarfilm ist tot, es lebe der Dokumentarfilm" (2014), S.91

106 Lipp, Thorolf: "Spielarten des dokumentarischen" 2. Auflage (2016), S. 87f

Längen für Making-ofs, da viel Wert auf die Erzeugung von Emotionen und Tiefe gelegt wurden. Ganz nach dem Vorbild Edgar Reitz, dessen Filme durch ihre lange Laufzeit eine besonders hypnotische Wirkung erzeugen sollen.¹⁰⁷ Neben verschiedenen Filmfestivals wurde das Making-of am 5. November 2013 im BR Fernsehen ausgestrahlt.¹⁰⁸

Making-ofs werden heute dennoch eher selten im Fernsehen gezeigt. Zu finden war hier die Sendung „Making of“ auf Sky. Hier werden nach dem Film weitere Informationen gegeben und Making-of Videos gezeigt.¹⁰⁹ Auch auf Vox werden in der Sendung „Making of...“ *„Hintergründe, Interviews, Facts zu einem aktuellen Kinofilm“*¹¹⁰ gegeben. Genauso auf Disney Cinemagic. Hier werden 15-Minütige Making-of zu aktuellen Produktionen gezeigt. Betitelt sind diese Sendungen in Fernsehzeitschriften als Kinomagazine.

Um einiges verbreiteter sind Making-of im Internet. Auf Youtube finden sich Making-ofs auf verschiedensten Kanälen. Zum einen bei den verschiedenen Produzenten wie Warner Bros¹¹¹, zum anderen bei diverser Kinomagazinen wie zum Beispiel „MoviePilot“.¹¹² Auch hier sind die gezeigten Making-of werblicher Natur.

3.3.5 Das Making-of als Bedeutsamkeitsmaschine

Volker Wortmann beschreibt die vielen Extras auf DVDs, allen voran das Making-of, als Bedeutsamkeitsmaschine¹¹³. Dieser Behauptung zugrunde liegt die Aussage, dass früher ein guter Film jener war, der länger im Kino lief und über den lange gesprochen wurde. Das führte dann auch dazu, dass diese Filme länger und

107 Adolph, Jörg: "Making of Heimat – Ein Werkstattbericht" in Leitner, Matthias: "Der Dokumentarfilm ist tot, es lebe der Dokumentarfilm" (2014), S.91ff

108 If... Productions Webseite - <http://www.ifproductions.de/Projekte/MAKING%20OF%20HEIMAT/> (Abgerufen am 06.09.2016)

109 Homepage zu "Making of" - <http://www.sky.de/shows/making-of-2578> (Abgerufen am 22.09.2016)

110 Vox Website zu "making of" - <http://www.vox.de/sendungen/making-of-2209181.html> (Abgerufen am 22.09.2016)

111 Youtube Kanal von Warner Bros. Pictures - <https://www.youtube.com/user/WarnerBrosPictures> (Abgerufen am 22.09.2016)

112 Youtube Kanal von moviepilot - <https://www.youtube.com/user/moviepiloten> (Abgerufen am 22.09.2016)

113 Wortmann, Volker: "DVD-Kultur und Making-of" in „Rabbit Eye“ Ausgabe 1, 2010, S.99

sorgfältiger konserviert wurden. Schlechte oder unbeliebte Filme hingegen gingen leichter verloren. Heute ist dank der DVD und des Internets mehr Filmen vergönnt, für die Zukunft erhalten zu bleiben. Auch wenn es thematisch etwas entfernt sein mag, so ist die Aussage von Holger und Cornelia Lund doch richtig, dass die Konservierung von Ereignissen einen Diskurs erst ermöglichen und nicht konservierte Ereignisse schnell verblassen.¹¹⁴ Frei nach dem Beenden-Bildschirm alter Nintendo Spiele kann also gesagt werden: "Everything not saved will be lost".¹¹⁵ Die DVD und das Bonusmaterial schaffen laut Wortmann eine Richtung, wie über den Film gesprochen werden soll. Er schreibt: „*Allein die Tatsache, dass ein Film auf bereits vorhandene Diskurse verweist, generiert ja schon Bedeutung in dem Sinn, dass es sich hierbei offensichtlich um einen Film handelt, über den es sich zu sprechen lohnt*“ (Wortmann, Volker: DVD-Kultur und ‚Making of‘ in RabbitEye Ausgabe 1, 2010 S.99). Diese These stellt er auf Grundlage Niklas Luhmanns auf, der sagt: „[...]dass es Kunstwerke nämlich nur gibt, „wenn und soweit mit Möglichkeiten der Kommunikation über sie gerechnet werden kann“ (Luhmann 2007: 210)“ (Wortmann, Volker: DVD-Kultur und ‚Making of‘ in RabbitEye Ausgabe 1, 2010 S.99).

Da die meisten Making-ofs für Werbezwecke konzipiert werden, kann Wortmanns These zumindest soweit zugestimmt werden, als dass jedes Making-of dazu dient, dass über den Film gesprochen wird. Die im Making-of erfahrenen Geheimnisse der Filmproduktion werden als besonderes Insiderwissen gehandelt. Wer sie kennt, ist Teil einer quasi-elitären Gruppe, der aber jeder angehören kann, wenn er möchte.¹¹⁶

114 Cornelia Lund und Holger Lund: "Objektwerdung audiovisueller Live-Performances" in Guido Kempster: "design2product" Band 2, (2012) S. 129 - 137

115 Nintendo "Quit Screen" message"

116 Vgl. Hediger, Vinzenz: "Spaß an harter Arbeit. Der Making-of-Film" In: Hediger, Vinzenz: "Demnächst in Ihrem Kino" (2005), S. 332

4. Dokumentarische Making-ofs

// Allgemeines

Volker Wortmann macht im Bezug auf DVDs folgende, sehr passende Aussage: *„Im schlimmsten Fall allerdings wirkt sie [die DVD mit all ihrem Bonusmaterial] wie eine Simulation von Diskursen, die nur noch unter Marketingaspekten Relevanz beanspruchen kann.“* (Wortmann, Volker: DVD-Kultur und ‚Making of‘ in RabbitEye Ausgabe 1, 2010 S. 105)

Die Befürchtung, dass Bonusmaterialien und somit auch das Making-of nur noch ein Marketingwerkzeug werden könnten, trifft nicht immer zu. In einigen Fällen geht das Making-of über den Marketingzweck hinaus und betrachtet die Filmproduktion aus einem dokumentarischen und auch kritischen Blickwinkel. Diese Making-ofs entstehen teilweise erst Jahre nach Fertigstellung des Films. Oder Nichtfertigstellung wie im Falle von „Jodorowsky’s Dune“ (2013), dem Making-of zum Film „Dune“, der in den 1970er Jahren produziert werden sollte. Eine mögliche Erklärung könnte sein, dass, zumindest ein fertiggestellter Film zu diesem Zeitpunkt seinen Erfolg gefeiert hat und es sich eine Basis entwickelt hat, die sich für Produkte rund um den Film interessiert.

Diese Making-ofs sind nicht nur eine Aneinanderreihung von Informationen, sondern entwickeln eine eigene Geschichte, die sich mit den Menschen befasst, die hinter den Kulissen arbeiten. Sie können, als Erweiterung von Hedigers Aussage, durch filmische „Tiefe“ ihre eigene Immersion erzeugen und den Zuschauer in ihren Bann ziehen.

Es sind verschiedene Elemente des Spielfilms und des Dokumentarfilms erkennbar. So werden Spannungsbögen aufgebaut und der Zuschauer verfolgt verschiedene Handlungsfäden, die sich im Film entwickeln. Die Struktur des Making-of hält sich im Großen und Ganzen an den Ablauf der Filmproduktion. Somit ergibt sich eine Segmentierung, die gängigen Plot-Formen entspricht. Es beginnt mit einer Einführung, einem Ereignis, das die Filmproduktion und somit die Geschichte des Films in Gang bringt. Es wird eine Geschichte erzählt, in der die Protagonisten mit Konflikten zu kämpfen haben, die sie, zumindest in den meisten Fällen, überwinden und ein Fazit aus dieser Reise ziehen. Auf welchen Aspekt der Reise der Fokus des

Making-of gelegt wird, kann dabei sehr unterschiedlich sein.¹¹⁷

Beispiele für Making-ofs, die über den Marketingzweck hinaus gehen und die jeweiligen Filme etwas kritischer behandeln sind „Jaws“ (1975) mit dem zwei stündigen Making of „The Making of Steven Spielberg's 'Jaws'“ (1995) und der später erschienenen Dokumentation „The shark is still working“ (2007), in dem die Erfolgsgeschichte des Films „Jaws“ beleuchtet wird, inklusive der Entwicklung der Fangemeinde und der weiteren Geschichte des Films bis in die 2000er Jahre.

Die Interviews mit den Beteiligten wurden während der Produktion der Dokumentationen geführt und bilden daher eine rückblickende Ansicht auf die Ereignisse. Zu erkennen ist dies durch die deutlich gealterten Personen. Auch andere Regisseure und Produzenten erläutern in Interviews ihre Ansichten zu „Jaws“ und wie sie dieser Film beeinflusst hat. Diese Making-ofs sind sehr informativ und geben dem Zuschauer umfangreichen Einblick in die Produktion. Es werden alle von Hediger beschriebenen Diskurse aufgegriffen, jedoch bleibt es eher bei informativen Dokumentationen ohne wirkliche Tiefe.

4.1 Analyse dokumentarischer Making-ofs

Im Folgenden werden einige Making-ofs mit einer Länge von 60 bis 90 Minuten analysiert, die, aufgrund ihrer besonderen Art und ihrem populären Status, Beispiele für gute Making-ofs darstellen. Die gesammelten Informationen stammen, wenn nicht anders markiert, aus den Filmen und auch die gemachten Interpretationen werden aus den Filmen abgeleitet.

Eine Frage soll diesem Abschnitt vorangestellt sein: „Welchen Quellenwert darf man dem Making-of-Material zubilligen?“¹¹⁸ Wortmann bezieht sich hier auf die Abbildung des kreativen Kollektiv-Körpers. Neben dem von ihm angeführten Problem, dass

117 Dr. Schwanebeck, Wieland: "Making-of, klassisches" (o. J.) - <http://lexikon.de/#text=klassisches-making-of> (Abgerufen am 06.09.2016)

118 Wortmann, Volker, "Special extended: Das Filmteam als kreativer Kollektiv-Körper im "making-of..." in Kurzenberger, Hajo "Kollektive in den Künsten" (2008), S.48

kreative Prozesse nur sehr schwer sichtbar gemacht werden können, gibt es weitere Aspekte, die im Bezug auf Making-ofs und eigentlich jeden dokumentarischen Film beachtet werden sollten. Denn schon die Überlegung, dass bei einer Filmproduktion die über mehrere Monate oder gar Jahre geht, zur Dokumentation der Arbeit mehrere hundert Stunden Material anfallen,¹¹⁹ woraus ein Film von 60 bis 120 Minuten entsteht, führt zu dem Schluss, dass das Gezeigte nur ein kleiner Ausschnitt aus dem gesamten Arbeitsprozess darstellt. Eine genaue Wiedergabe der Ereignisse kann somit nicht erfolgen. Der Macher selektiert bestimmte Momente und Handlungen und fügt diese zu einem Film zusammen, der eine entsprechende Dramaturgie besitzt. Nun kann gesagt werden, dass jede Montage auch immer eine Manipulation der Wirklichkeit darstellt. Die dargestellte Zeit wird durch das Hinzufügen oder Weglassen von Szenen verändert. In jedem Film, der eine ansprechende Dramaturgie aufweisen möchte, werden die Ereignisse verdichtet, um eine spannende Geschichte erzählen zu können. Somit sind dramatische Zuspitzungen in Making-ofs auch immer mit Vorsicht zu genießen, denn der Zuschauer kann in den seltensten Fällen wirklich nachvollziehen, wie viel Zeit zwischen verschiedenen Ereignissen verstrichen ist.

// Beschreibung des Analyseverfahrens

Im Folgenden werden einige Making-ofs auf verschiedene Elemente untersucht, um Gemeinsamkeiten und Unterschiede herauszuarbeiten. Dabei werden zu jedem Making-of Informationen zum Originalfilm, eine Inhaltsangabe und Wertungen der Plattformen „IMDb“, „Rotten Tomatoes“ (kurz RT) und von „Metacritic“ der „Metascore“ angegeben. Es werden jeweils die Wertungen und die Anzahl der Wertungen angegeben. Diese Werte dienen im Folgenden als Maß, um die Beliebtheit der Filme und Making-ofs zu vergleichen. „IMDb“ vergibt 1-10 Sterne, „Rotten Tomatoes“ 0-100% und „Metacritic“ 0-100 Punkte.

Des weiteren behandelt die Analyse den Inhalt und Aufbau der Making-ofs, gibt Informationen zu Bildebene, Tonebene, Musik, Dramaturgie, behandelte Themen und

¹¹⁹ Larissa Trüby erklärt, dass für große Making-of teilweise bis zu 200 Stunden Material anfallen.

Vgl. Interview Larissa Trüby, Anhang S. 121

und Jörg Adolph berichtet im Werkstattbericht zu "Making of Heimat", dass sie nach 87 Drehtagen 140 Stunden Material gesammelt hatten. Vgl. Adolph, Jörg: "Making of Heimat – Ein Werkstattbericht" in Leitner, Matthias: "Der Dokumentarfilm ist tot, es lebe der Dokumentarfilm" (2014), S.91

den beinhalteten Diskursen, wie sie von Hediger beschrieben werden. Berücksichtigt wird auch die im Kapitel 2.1 (S. 6) beschriebene zusätzliche Komponente der „Tiefe“ der Filme. Zusätzlich werden die Making-ofs auf dokumentarische und filmische Elemente untersucht, um eine mögliche Kategorisierung vorzunehmen. Ziel ist es, aus den gesammelten Erkenntnissen Faktoren abzuleiten, die für ein gutes, erfolgreiches und sehenswertes Making-of benötigt werden.

4.1.1 Lost in La Mancha

Der Film „The Man who killed Don Quichotte“ ist von Terry Gilliam. Oder wäre es, wenn er vollendet worden wäre. Das Einzige, was von dieser Produktion blieb, ist das Making-of „Lost in La Mancha“, eine Dokumentation über den gescheiterten Versuch, diesen Film zu verwirklichen. Es wird, da es einen nicht existenten Film behandelt, auch als Faking-of bezeichnet oder zumindest stärker damit identifiziert.¹²⁰ Der Film könnte auch im Sinne von Genette als Paratext ohne dazugehörigen Text bezeichnet werden.¹²¹ „Lost in La Mancha“ ist aus dem Jahr 2002 und die Dreharbeiten fanden im Jahr 2000 statt. Der Film ist gut bewertet und hat im Vergleich zu vielen anderen Making-of eine hohe Anzahl an Ratings (Tabelle 1).

	Erscheinungsjahr	IMDb Rating	Anzahl Ratings	RT Rating	Anzahl Reviews	RT Audience	Anzahl Ratings	Metacritic	Anzahl Kritiken
Lost in La Mancha	2002	7,7	9.481	94%	99	77%	16034	74	35

Tabelle 1: Bewertungen zu "Lost in La Mancha"

Gilliam wurde bekannt als Mitbegründer und Animator der Gruppe „Monty Python“, mit denen er unter anderem „Die Ritter der Kokosnuss“ (1975) kreierte.

120 von Hagen, Kirsten: „Faking-of“ (2015) - <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=8852> (Abgerufen am 06.10.2016)

121 Vgl. Genette. Gérard: "Paratexte" (1989), S. 11

Weitere Filme, bei denen er Regie führte und auch das Drehbuch schrieb waren „Time Bandits“ (1981), „Brazil“ (1985), „Twelve Monkeys“ (1995) oder auch „Fear and Loathing in Las Vegas“ (1998).¹²²

Wie auch bei „The Hamster Factor“, dem Making-of zu „Twelve Monkeys“, engagierte Terry Gilliam Keith Fulton und Louis Pepe für das Making-of. Er arbeitet seit „Twelve Monkeys“ mit Studenten zusammen, die ihn bei der Filmproduktion begleiten.¹²³ Dazu veranstaltete er ein Casting, um passende Filmemacher für sein Projekt zu gewinnen und die frischen Absolventen Keith Fulton und Louis Pepe wurden ausgewählt.¹²⁴ Gilliam lies diese Making-of machen, um, wie er in „The Hamster Factor“ sagt, wenigstens Zeugen zu haben, wenn etwas schief geht. Diese Aussage bezieht sich auf den Film „Die Abenteuer des Baron Münchhausen“ (1988) bei dem es viele Probleme gab und der weit über sein Budget ging.¹²⁵

// Einleitung

„Lost in La Mancha“ beginnt mit Gilliam, der bei einer Art Theateraufführung Aufnahmen mit einem kleinen Camcorder macht.

Im Interview erzählt er über sich und seine Beziehung zu Don Quichotte, dem Buch von Miguel de Cervantes aus dem Jahr 1605, auf dem Gilliams Film basiert.

Seine Storyboard-Zeichnungen werden animiert dargestellt und Co-Autor Tony Grisoni liest die passende Drehbuchstelle. Terry Gilliam spricht Quichotte. Der Co-Autor verspricht sich und es wird gezeigt, dass sie in einem Tonstudio sitzen. Die Animation beginnt erneut. Sie zeigt Quichotte, der gegen eine Windmühle kämpft.

// Vorproduktion

Gilliam ist auf Locationscouting in der spanischen Landschaft und macht Aufnahmen mit seinem Camcorder. In einem Interview erläutert der Co Autor Tony Grisoni den

122 IMDb zu Terry Gilliam - http://www.imdb.com/name/nm0000416/bio?ref_=nm_ov_bio_sm (Abgerufen am 29.08.2016)

123 Vgl. Rauscher, Andreas: „Making-of.“ In: Thomas Koebner: „Reclams Sachlexikon des Films“ (2007), S. 413

124 Rickey, Carrie: "Monkey' Business Two Temple Film Students Were Chosen To Document The Making And Marketing Of "12 Monkeys," Which Premieres Here Tonight. They Have Their Work Cut Out For Them" (1995) - http://articles.philly.com/1995-12-13/living/25670580_1_fulton-and-pepe-film-students-monkeys (Abgerufen am 06.09.2016)

125 Vgl: "The Hamster Factor" (00:05:00)

Anfang der Geschichte Quichottes und dessen Ähnlichkeit mit Gilliam.

Während Bilder vom Setbau zu sehen sind, wird Gilliams Vorgeschichte mit seiner Idee von Don Quichotte erläutert. Er hat schon mehrmals versucht, den Film in Hollywood zu produzieren, und versucht es nun in Europa, was für die hiesigen Verhältnisse ein sehr großes Projekt ist.

Im ersten großen Produktionstreffen in Spanien ist die Stimmung gut und Gilliam fordert auf, wenn er Unmögliches fordert, solle man es ihm sagen.

Schon Orson Welles scheiterte bei dem Versuch, Don Quichotte als Film zu adaptieren und auch Gilliam hat ein erstes Problem. Ein Investor ist abgesprungen, womit das Budget von 40 auf 32 Millionen Dollar gesunken ist, womit nun die Hälfte des benötigten Budgets vorhanden ist.

Der Sprecher gibt weitere Informationen zu Gilliams Adaption und der Besetzung des Films. Johnny Depp spielt Toby, einen Werbefachmann, der in der Zeit zurückversetzt wird und bei Don Quichotte landet, der ihn für seinen Gehilfen Sancho Pansa hält. Jean Rochefort spielt Quichote und Vanessa Paradis spielt Tobys Geliebte.

Der Kameramann Nicola Pecorini erklärt, wie die Arbeit mit Terry Gilliam ist, und dass dieser gern alles sehr kompliziert macht. Der erste Regieassistent Phil Patterson schließt sich der Aussage an und beschreibt die Arbeit mit Gilliam wie *„Ein Ritt auf einem wilden Pony“* (00:12:35).

Über weitere Teile des animierten Storyboards wird erst zu den „Riesen“ übergeleitet, mit denen Gilliam einige Testaufnahmen macht, und gleich darauf zu lebensgroßen Puppen, die an Fäden hängen. Gilliam erklärt im Interview, dass er bei der Arbeit viel fordert. Diese Aussage leitet zu einer Animationssequenz, der „Terry Gilliam Picture Show“ (00:17:42), in der Informationen über Terry Gilliam und seine Projekte gegeben werden. Diese Animationen sind im Stil von „Monty Python“, mit denen Gilliam bekannt wurde.

Es folgen Probleme mit den Schauspielern, die sieben Wochen vor Drehbeginn nicht für Proben zur Verfügung stehen und teilweise noch keine festen Verträge haben. Einzig Rochefort kommt zu einer Besprechung.

Das nächste Problem ist eine Soundstage, die nur eine Lagerhalle ist und somit nicht

für die Produktion in Frage kommt. Gilliam beginnt sich Sorgen zu machen, dass der Film eine Katastrophe werden könnte, wie „Die Abenteuer von Baron Münchhausen“. Es ist nun noch eine Woche vor Drehbeginn und Rochefort sagt seinen Termin zur Probe wegen Schmerzen ab. Gilliam vergleicht die Produktion nochmals mit der zu „Münchhausen“ und sowohl Kameramann als auch Regieassistent erläutern in Interviews, dass noch vieles fehlt und alle etwas in Panik sind. Als Lichtblick treffen Johnny Depp und Rochefort doch noch ein und es kann geprobt werden.

Nach etwa 43 Minuten beginnen die Dreharbeiten. Die ersten fünf Tage werden von vielen Problemen geprägt. Am ersten Tag gibt es kleine Probleme mit einer Choreographie, Rocheforts Pferd und Kampffjets, die über das Set fliegen. Am zweiten Tag bricht ein Sturm über das Set herein, der die Landschaft in einen reißenden Fluss verwandelt, der Teile des Equipments davon spült. Die Reste werden zusammengesammelt aber es werden Probleme mit der Versicherung befürchtet. Am dritten und vierten Tag machen die Jets wieder Probleme und das Wetter passt nicht zu den schon gedrehten Szenen. Gilliam arbeitet trotz aller Widrigkeiten weiter. Am fünften Tag machen sich bei Rochefort gesundheitliche Probleme bemerkbar. Er hat Schmerzen und kann nicht gut auf dem Pferd spielen. Am Abend wird es noch deutlicher, da Rochefort nur mit viel Hilfe vom Pferd kommt. Rochefort fliegt nach Frankreich und die Produktion bespricht sich. Der Sprecher erklärt, dass es in solch einen Fall üblich ist, den Regieassistenten auszutauschen, was Gilliam aber ablehnt.

Am nächsten Drehtag besuchen erst die Investoren das Set und kurz darauf Vertreter der Versicherung, die die Dreharbeiten für den nächsten Tag unterbinden. Der Sprecher erläutert die Situation weiter und Gilliam erklärt, dass es noch keine Informationen zu Rochefort gibt. Durch Aufnahmen von Röntgenbildern und dem Geräusch von knackenden Knochen wird erklärt, dass es ein größeres Problem ist. Co-Autor Tony Grisoni erklärt mit Bildern des besiegten Quichotte das Ende von Don Quichotte, der, wenn er zu Verstand käme, sterben würde. Hier wird auf Gilliam übergeblendet, der in einem Meeting sitzt.

Gilliam macht weiter und parallel dazu wird gezeigt, wie die Situation im Büro aussieht. Es gibt keine Informationen, wie es weitergeht.

Es wird bekannt gegeben, dass der Dreh verschoben wird. Gilliam bespricht sich derweil mit dem Kameramann und dem Regieassistenten, der aussteigen möchte, da der Film nicht so gemacht werden kann, wie es Gilliam möchte.

Als nächstes wird Gilliam gezeigt, der die bisherigen Aufnahmen anschaut und anschließend telefoniert. Seine Stimmung ist bedrückt. Es wird das Gebäude von außen gezeigt. Dabei ist die Kamera leicht zur Seite geneigt und das Gebäude ragt diagonal in das Bild. Der Produzent erklärt in einem Interviewausschnitt, der Status des Projekts sei: „Aufgegeben“ (01:23:51).

Die Requisiten werden verpackt und Kameramann und Co-Autor drücken in Interviews ihr Bedauern aus. Gilliam zeichnet in seinem Büro Don Quichotte der von fliegenden Windmühlen erschossen wird. Darunter schreibt er: „*The Windmills of Reality Fight Back*“ (01:26:40). Er sagt, er weiß nicht ob er es noch einmal versuchen sollte, den Film zu produzieren. Über eine Texttafel wird erklärt, dass er es sechs Monate später wieder versucht.

// Strukturen des Making-of

„Lost in La Mancha“ beinhaltet sowohl retrospektive als auch simultane Elemente. Die Interviews mit Terry Gilliam entstanden simultan zu den Dreharbeiten. Die Aufnahmen aus dem Tonstudio zu Beginn des Films hingegen sind wahrscheinlich erst danach entstanden und extra für „Lost in La Mancha“ produziert worden.

// Tonebene

Auf der Tonebene informiert ein Sprecher über die jeweiligen Situationen und auch darüber hinaus. Er fungiert als narratives Element und leitet oft von einem Thema zum nächsten. Viele weitere Informationen erhält der Zuschauer über Interviews mit Regisseur, Produzent, Kameramann, Regieassistent und weiteren Gewerken. Die meisten dieser Interviews sind im Verlauf der Produktion entstanden. So erkennt man eine Entwicklung im Gesagten. Einige Interviews, zum Beispiel mit dem Produzenten, wurden wahrscheinlich nachträglich aufgenommen, denn in den verschiedenen Interviewausschnitten sind Kleidung und Hintergrund gleich.

Ansonsten wird mit den Geräuschen der jeweiligen Szenen gearbeitet. In den Sequenzen, in denen die Kampffjets zu einem Problem werden, sind diese sehr stark zu hören. Es wäre möglich, dass an dieser Stelle bewusst damit gespielt wird, da die Geräusche zu durchgängig und zu laut sind.

Eine Besonderheit sind die animierten Storyboardteile, die von Terry Gilliam und Co-Autor Tony Grisoni eingesprochen sind. Sie sind mit weiteren Geräusche unterlegt, was diese kleinen Ausschnitte zu Hörspielen machen.

// Musik

Die musikalische Untermalung besteht aus Instrumentalstücken, die aufgrund der verwendeten Gitarren und Trompeten ein spanisches oder mexikanisches Gefühl erzeugen. Je nach Situation ist die Musik eher verspielter oder trauriger. Sie unterstreicht das Bild und verstärkt die Emotionen. Dennoch wird sie sparsam eingesetzt und lässt die Personen bei Treffen und Gesprächen reden. Vor allem am Ende des Films wird wenig Musik verwendet, was Gilliams Stimmung unterstreicht.

// Bildebene

Auf der Bildebene gibt es Interviews, Making-of Aufnahmen und Filmausschnitte. Besonderheiten sind die „Terry Gilliam Picture Show“ (00:17:42) im Stil von „Monty Python“ so wie die animierten Storyboardteile und animierte Bilder zu Don Quichotte. Außerdem werden Ausschnitte aus Orson Welles unfertigem „Don Quichotte“ gezeigt.

// Behandelte Themen

Behandelt werden Vorproduktion, Produktion und das Ende der Produktion. Dem entspricht auch die Dramaturgie.

Als narrative Elemente werden Sprecher, Interviews, die Geschichte von Don Quichotte und Gilliams Version in Form der animierten Storyboards verwendet. Es wird zwischen der Geschichte von Quichotte und der Produktion abgewechselt, womit ein Geflecht entsteht, das diese beiden Geschichten vergleicht. So stürmt Quichotte zu Beginn voller Energie gegen die Windmühlen und endet zum Schluss, wie die Produktion, gebrochen auf dem Boden. Die Geschichte Quichottes kann

auch zum Teil mit Gilliams Geschichte während der Produktion verglichen werden. Zu Beginn stürmt er auf seine Träume zu, um am Schluss von der Realität auf den Boden gerissen zu werden. Somit sind sowohl Terry Gilliam als auch Don Quichotte die Hauptcharaktere dieses Films. Der Zuschauer möchte erfahren, warum diese Produktion schief ging und die zusätzliche narrativen Ebenen erzeugen weiteres Interesse. Es gibt diverse Lichtblicke, bei denen der Zuschauer hofft, es könnte doch noch gut ausgehen. So erscheint erst Johnny Depp und dann Jean Rochefort. Nach der ersten Drehtagen, nach Regen, Kampffjets und der Heimreise Rocheforts, bleibt zumindest noch etwas Hoffnung. Diese wird jedoch gebrochen, indem die Röntgenbilder und der am Boden liegende Quichotte gezeigt werden. Es ist ein Kampf des Protagonisten Gilliam gegen das Schicksal und zum Ende hin gegen die Versicherung. Aber trotz allem bleibt am Ende der kleine Hoffnungsschimmer, da Gilliam einen weiteren Versuch startet.

// Diskurse

Es wird sehr klar der Autorendiskurs behandelt. Terry Gilliam ist der Autor des Films. Er ist eine gute Hauptfigur, da er kein Problem hat, mit der Kamera zu interagieren. Er ist nicht nur am Set oder in Meetings zu sehen, sondern auch in seinem Büro, wo er sorgenvoll skizziert. In den Interviews spricht er sehr ehrlich über seine das Projekt betreffenden Sorgen und Probleme. Dies macht ihn sehr menschlich und verleiht dem Film mehr Tiefe. Andere Diskurse spielen nur eine untergeordnete Rolle. Es gibt keine Interviews mit Schauspielern und somit auch keinen Stardiskurs. Die Technik wird im Sinne von Ausstattung und Setbau angesprochen, aber nicht vertieft, und die industrielle Produktion zeigt sich durch die verschiedenen Gewerke. Der Spaß an der Produktion hingegen wird stärker betont. Gilliam wird oft gezeigt, wie er sich über eine gelungene Szene freut oder Späße macht. Jedoch gibt es hier auch einen starken Kontrast, der aufdeckt, wie gereizt Gilliam teilweise auftritt.

Der Film richtet sich an Interessierte und Fans von Terry Gilliam. Er wird hier wie auch in „The Hamster Factor“ portraitiert, was interessante Einblicke gibt.

Auch wenn das Thema eher traurig ist wird der Film dennoch zum größten Teil leicht und fröhlich erzählt.

4.1.2 Hearts of Darkness: A Filmmaker's Apocalypse

// Apocalypse Now

„Hearts of Darkness: A Filmmaker's Apocalypse“ (1991) (im folgenden „Hearts of Darkness“) ist das Making-of zu „Apocalypse Now“(1979).

Der ursprüngliche Film handelt vom Army Captain Benjamin Willard, der im Vietnamkrieg den abtrünnigen und verrückt gewordenen Colonel Walter E. Kurtz eliminieren soll. Der Hauptcharakter Willard hat dabei selbst mit inneren Konflikten zu kämpfen. Er fährt mit einem Patrouillenboot den Nung Fluss hinauf, um Kurtz zu finden. Ihn begleitet die vierköpfige Besatzung bestehend aus Jay 'Chef' Hicks, gespielt von Frederic Forrest, Lance B. Johnson, gespielt von Sam Bottoms, Chief Phillips, gespielt von Albert Hall und Tyrone 'Clean' Miller, gespielt von Laurence Fishburne, der damals erst 14 Jahre alt war.

Die Geschichte basiert in groben Zügen auf der Novelle „Heart of Darkness“(1899) von Joseph Conrad. Coppola und seine Freunde und Kommilitonen, George Lucas und John Milius, wollten schon zu Zeiten des Vietnamkriegs den Film „Apocalypse Now“ unter ihrer Firma „American Zoetrope“ produzieren, aber kein Studio wollte sich auf das Projekt einlassen. Nachdem Coppola durch die „The Godfather“-Reihe zu Wohlstand gekommen war, belebte er die Firma wieder und beschloss „Apocalypse Now“ als erstes Projekt von „American Zoetrope“ zu produzieren. Die Mittel für den Film brachte er zu großen Teilen privat auf, womit er ein großes Risiko einging, da er nun nicht nur Regisseur, sondern auch Produzent war.

// Hearts of Darkness

„Hearts of Darkness“ wurde aus dokumentarischen Aufnahmen Eleanor Coppolas, Interviews und Filmaufnahmen zusammengesetzt. Eleanor Coppola, Francis Ford Coppolas Frau, machte auf Wunsch ihres Mannes die dokumentarischen Aufnahmen zur Produktion, hielt ihre Erfahrungen in einem Tagebuch fest und machte zusätzlich einige private Tonbandaufnahmen mit Gesprächen zwischen den beiden. Die Tagebucheinträge wurden von Eleanor Coppola eingesprochen und geben an vielen Stellen Informationen und treiben die Geschichte voran. Eleanor Coppola ist unter

anderem Dokumentarfilmerin. Sie hat bei diversen Filmen Regie geführt oder war als Kamerafrau beteiligt.¹²⁶ Regisseure bei „Hearts of Darkness“ waren George Hickenlooper und Fax Bahr.¹²⁷ Das Making-of beleuchtet die Probleme bei der Produktion und Francis Ford Coppolas inneren Konflikt, der ein starker Bestandteil des Films ist und dessen Spannung ausmacht.¹²⁸

„Hearts of Darkness“ wurde 1991 veröffentlicht, lief auf verschiedenen Festivals, wurde im Fernsehen gezeigt und erschien auf DVD. Er gewann mehrere Preise, unter anderem mehrmals als beste Dokumentation und einen Eddi für den besten Schnitt einer Dokumentation.¹²⁹ Die Bewertungen für den Film und das Making-of weichen kaum voneinander ab. Beide sind sehr gut bewertet (Tabelle 2).

	Erscheinungsjahr	IMDb Rating	Anzahl Ratings	RT Rating	Anzahl Reviews	RT Audience	Anzahl Ratings	Metacritic	Anzahl Kritiken
Apocalypse Now	1979	8,5	449.859	97%	78	94%	283.181	90	29
Hearts of Darkness	1991	8,2	13.716	100%	25	94%	9.181	NA	NA

Tabelle 2: Bewertungen zu „Apocalypse Now“ und „Hearts of Darkness“

// Inhalt

„Hearts of Darkness“ beschreibt die Vorgeschichte des Projekts, die Vorproduktion und die Produktion, die über 200 Tage dauerte. Die Postproduktion wird in anderen dokumentarischen Making-ofs wie zum Beispiel „A Million Feet of Film: The Editing of Apocalypse Now“ (2006) behandelt.¹³⁰

126 IMDb zu Eleanor Coppola - http://www.imdb.com/name/nm0178880/?ref_=nmbio_bio_nm (Abgerufen am 17.08.2016)

127 IMDb zu "Hearts of Darkness" - http://www.imdb.com/title/tt0102015/fullcredits?ref_=tt_ov_dr#directors (Abgerufen am 17.08.2016)

128 Vgl. Rauscher, Andreas: „Making-of.“ In: Thomas Koebner: „Reclams Sachlexikon des Films“ (2007), S. 413

129 IMDb zu "Hearts of Darkness" - http://www.imdb.com/title/tt0102015/?ref_=ttrel_rel_tt (Abgerufen am 17.08.2016)

130 IMDb zu "A Million Feet of Film: The Editing of Apocalypse Now" - <http://www.imdb.com/title/tt0870167/> (Abgerufen am 17.08.2016)

// Einleitung

Der Film beginnt mit Aufnahmen der Premiere, in der Coppola eine Ansprache zu „Apocalypse Now“ hält. Es sagt, der Film sei kein Film über Vietnam, sondern er sei Vietnam. Er sagt: *“Wir waren wie die Soldaten in Vietnam. Wir waren in Dschungel, wir waren zu viele, wir hatten zu viel Geld und zu viel Equipment und nach und nach wurden wir verrückt.”*¹³¹ (*Hearts of Darkness* 00:00:30). Nach einigen Making-of Aufnahmen bei Nacht, in denen Kriegszenen gedreht werden, erzählt Coppola am Set, was für einen Film er macht. Die Story betrachtet er eher als nebensächlich und erklärt, die Fragen die ihm das Skript stellte, konnte er nicht beantworten. Er habe den Film so konstruiert, um diese Fragen zu beantworten. Wenn er es nicht schaffe, die Antworten zu finden, würde das bedeuten, dass er versagt habe. Welche Fragen Coppola meint, wird nicht erwähnt. Eleanor Coppola erklärt in einem Tagebucheintrag, dass die Produktion des Films für Francis Coppola eine Reise in sich selbst ist und er seine inneren Ängste konfrontiert. Danach folgt eine Tonbandaufnahme Coppolas, wie er mit verzweifelter Stimme sagt, dass sein Film schlecht sein wird und eine 20 Millionen Dollar Katastrophe. Unterstrichen wird diese negative Prognose mit einer Making-of Szene von der Zerstörung eines Filmsets, eines verfallenen Tempels, in einer großen Explosion.

// Vorgeschichte

Nach dieser Einleitung beginnt die Erklärung der Vorgeschichte. Diese behandelt die Entwicklung der Filmidee und damit zusammenhängend die Geschichte von Francis Coppola. Auch geschichtliche Aspekte des Vietnamkriegs und die Reaktionen in Amerika werden umrissen. In der Vorproduktion werden die Darsteller vorgestellt und die örtlichen Gegebenheiten am Drehort, den Philippinen, dargestellt. Coppola betont in einem retrospektiven Interview, dass die Wahl des Dschungels als Drehort und die daraus entstehenden Unannehmlichkeiten eine bewusste Entscheidung war und Teil dessen ist, was der Film aussagt. Als Ende der Vorproduktion wird der Bau eines Sets gezeigt. Ein verfallener Tempel, der mit Hilfe von 600 Arbeitern errichtet wurde.

131 Übersetzung des Autors

// Produktion

Der größte Teil des Films befasst sich mit der Produktion. Nach einer kurzen Zeremonie, die der Produktion Glück bringen soll, folgt kurz nach Drehstart schon das erste Problem. Der Hauptdarsteller Harvey Keitel wird durch Martin Sheen ersetzt, da seine schauspielerischen Leistungen nicht überzeugen. Es folgt eine Sequenz über eine große Szene, in der mit vielen Helikoptern, Statisten, Rauch und Explosionen gearbeitet wurde. In dieser Szene fliegt die Air Cavalry einen Angriff auf ein Dorf mit Stellungen des Vietkong, wobei sich die Helikopter mit dem „Walkürenritt“ von Wagner ankündigen. Diese Musik wird auch als Untermalung im Making-of genutzt. Eingeleitet wird die Sequenz mit einem kurzen Interviewausschnitt des Kamermanns Vitorio Storaro, der von einer Unterhaltung mit Coppola berichtet, der sagte, dass Amerika, wo es auftritt, immer eine große Show macht. Es werden Filmausschnitte und Making-of Aufnahmen von Helikoptern, Rauch und Explosionen gezeigt. Die Sequenz endet mit einem weiteren Problem: Die philippinische Regierung, von der Coppola die Helikopter für viel Geld bekommt, zieht einen großen Teil ab, um Rebellen zu bekämpfen. Als Reaktion auf die Verzögerung werden negative Zeitungsartikel gezeigt und ein Interview mit Coppola, der erläutert warum es Verzögerungen gibt. Er sagt, die Dreharbeiten seien wie ein eigener Krieg.

Das ursprünglich geplante Ende des Films wird besprochen. Hier tritt George Lucas als Mitbegründer des Skripts in einem Interview in Erscheinung. Coppola sieht das Ende als schwach an im Gegensatz zum Rest des Films, und erläutert seine Intention, das Skript mehr wie die ursprüngliche Novelle „Heart of Darkness“ aufzubauen. Die Gespräche über das Ende des Films dienen als Überleitung zum nächsten Problem. Schauspieler Marlon Brando droht wegen der Verzögerungen aus dem Projekt auszusteigen und seine Vorauszahlung, eine Millionen Dollar, zu behalten. Brandos Rolle tritt erst am Ende des Films in Erscheinung und Coppola, der noch nicht weiß wie der Film enden soll, möchte diese Szenen erst einige Wochen später drehen. Die Darstellung des Problems erfolgt über eine Making-of Szene, in der Coppola mit seinem Anwalt telefoniert. Das vermutlich geschnittene Telefonat, das zwei Minuten dauert, wird mit verschiedenen Making-of Aufnahmen vom Set unterlegt. Ob das Problem gelöst wurde, wird nicht direkt verraten. Als

nächstes Problem folgt ein Taifun. Zu Beginn filmt Coppola weiter mit der Begründung, es gab auch in Vietnam Taifune. Die Schauspieler beschreiben mit ihren Worten, wie unangenehm diese Dreharbeiten waren. Nachdem der Taifun Siedlungen zerstört, muss Coppola die Dreharbeiten für drei Wochen stilllegen.

Es wird eine Dinnerparty auf dem Anwesen Coppolas gezeigt und erklärt, wie die finanzielle Situation ist. Die finanziellen Probleme werden in Zeitungsartikeln und einem Fernsehbericht aufgegriffen.

Nach der Drehpause müssen die durch den Taifun zerstörten Sets wieder aufgebaut werden, bevor die Dreharbeiten weitergehen. Es wird eine Szene behandelt, die, wie Coppola sagt, sehr kostspielig war. Es handelt sich dabei um eine Szene, die das Anwesen einer Plantage zeigt, die von einer französischen Familie bewohnt und verteidigt wird. Über eine Tonbandaufnahme, in der Coppola den Aufbau der Szene delegiert, wird deutlich gemacht, wie verschwenderisch er mit seinem Geld umgeht. Am Anfang der Aufnahme wird „*This is French Plantation Discussion*“ (Hearts of Darkness 00:38:34) gesagt. Es ist unklar, wer den Kommentar eingesprochen hat. Eine Erklärung wäre, dass die Regisseure des Making-ofs bei der Sortierung des Materials, Markierungen gesetzt haben, und dieses als Zeichen ihrer Autorenschaft im Film gelassen haben. Die Tonbandaufnahme erklärt sich im Kontext jedoch allein und falls die Markierung unabsichtlich über den Beginn der Ausführungen Coppola gesprochen wurde, hätte ein späteres Einsetzen kein Problem dargestellt.

Nach der französischen Plantage wird der Fokus von äußeren Problemen auf innere Konflikte verschoben. Die inneren Zustände der Schauspieler und Coppolas innerer Konflikt werden beleuchtet. Eingeleitet wird dies durch eine private Tonbandaufnahme in der Coppola sagt, er mache sich Sorgen, dass er zu hemmungslos wird. In einem Tagebucheintrag beschreibt Eleanor Coppola wie Francis Coppola in einem inneren Konflikt ist und wie der Charakter Willard im Film, den Fluss nun nicht mehr zurück kann. Sie merkt zudem an, dass die Veränderung auch alle anderen am Set betreffen, inklusive sie selbst.

Danach rücken auch die Schauspieler und ihre Erfahrungen am Set in den Fokus. Zuvor wurden nur gelegentlich Interviewausschnitte gezeigt. Sie erklären, wie die Arbeit mit Francis war und wie Drogen am Set zur Normalität wurden.

Eine längere Sequenz wird Martin Sheen gewidmet, der eine Szene stark

alkoholisiert spielte, in der sein Charakter in einem verwirrten Zustand ist. Im Interview sagt er, dass er nicht nur die Rolle gespielt habe, sondern seinen persönlichen inneren Konflikt ausgetragen hat. Kurz darauf erleidet er einen Herzanfall und muss einige Wochen das Set verlassen. Daraus resultiert das Problem, dass nun ohne den Hauptdarsteller gedreht werden muss. Zudem wurde die Information über Martin Sheens Zustand ohne Coppolas Einverständnis weitergegeben, was ihn aufregt und ihm Sorgen macht, da dadurch die Produktion von der Filmgesellschaft United Artists beendet werden könnte. Das Gespräch wird über eine Tonbandaufnahme wiedergegeben.

Coppola versucht die Wochen ohne Hauptdarsteller mit dem Dreh anderer Szenen zu überbrücken. Durch ein Gespräch von Coppola mit seinem Assistenten wird das Ausmaß des Problems deutlich. Durch die Darstellung der Frustration am Set wird Martin Sheens Rückkehr im Vergleich noch positiver. Die normalen Dreharbeiten können weitergehen. Es geht nun zur letzten Szene des Films, dem Versteck des Antagonisten Kurtz, gespielt von Marlon Brando, den Willard eliminieren soll. Hier arbeitet Coppola mit Eingeborenenstämmen zusammen, die Kurtz verehren und ihm untergeben sind. Die Eingeborenen veranstalten während der Dreharbeiten ein Fest. Eleanor Coppola begleitet die Zeremonie dokumentarisch und es werden Teile davon gezeigt. In „Apocalypse Now“ gibt es eine Szene, die ein ähnliches Fest zeigt womit deutlich wird, dass sich Coppola davon inspirieren lies.

Im letzten Teil des Making-ofs werden Dennis Hopper und seine Rolle eingeführt. Er spielt einen Journalisten, der Kurtz Ansichten teilt und ihn verehrt. In einem On-Set Interview und einem Retrospektivem spricht er über die Arbeit am Set. Es ist ein deutlicher Unterschied zwischen den Interviews zu sehen. Am Set wirkt er sehr wirr, was auch seiner Rolle entspricht. Ganz im Gegensatz zu seinem retrospektiven Interview, in dem er erklärt, dass seine Karriere zur damaligen Zeit nicht besonders gut lief.

Als letztes großes Problem kommt Marlon Brando ins Spiel. Eingeleitet wird sein Auftreten durch einen Ausschnitt aus Orson Welles Hörspiel „Heart of Darkness“, in dem die Gestalt von Kurtz als lang und dürr beschrieben wird. Brando hingegen ist stark übergewichtig, was auch Coppola im Interview als Problem darlegt. Zudem kennt Brando die Novelle „Heart of Darkness“ nicht und stellt alles an der Geschichte

in Frage. Coppola versucht, mit Brando die Dialoge zu erarbeiten aber entschließt sich, völlig frei vom Drehbuch zu arbeiten. Brando improvisiert seine Dialoge, was in langen Outtakes gezeigt wird. Als Ende dieser Sequenz ist eine lange Tonbandaufnahme Coppolas zu hören, in der er über den Film verzweifelt ist und sagt, dass die einzelnen Teile keinen Sinn machen. Er spricht darüber welche Krankheit er bekommen oder wie er sich verletzen kann, um einen guten Ausstieg aus der Produktion zu haben. Er hat einen Zusammenbruch, der durch einen Tagebucheintrag kurz erklärt und mit einem Foto des apathisch schauenden Coppola unterlegt wird.

// Abschluss

Im On-Set Interview mit Coppola wird gezeigt, dass er heil aus der Sache gekommen ist. Es ist ein Ausschnitt aus dem gleichen Interview wie am Anfang des Films. Er erklärt worum es ihm beim Film ging: Er wollte für sich Antworten finden.

Das Ende des Making-of wird mit dem Ende des Films eingeleitet, das in großen Teilen gezeigt wird, in Kombination mit Making-of Aufnahmen.

Als Abschluss des Making-of sind Aufnahmen der Premiere zu sehen und das Ende der Hörspiels ist zu hören. Im retrospektiven Interview erklärt Coppola, dass Film eine Kunstform sein und nicht von den großen Hollywood Studios abhängen sollte.

// Strukturen des Making-of

// Tonebene

Die Geschichte wird aus der Perspektive Eleanor Coppolas erzählt. Ihre Tagebucheinträge bilden einen großen Teil der narrativen Struktur. Sie übernehmen die Funktion eines Sprechers. Die Tagebucheinträge sind nüchtern vorgelesen und wirken daher ein wenig bedrückend. Die vor Ort aufgenommenen, privaten Tonbandaufnahmen geben zusätzlich einen tieferen Einblick in Francis Coppolas Zustand während der Dreharbeiten. So wird über die Tonebene, wie schon erwähnt, am Anfang des Films Coppolas Verzweiflung gezeigt, weiter im Film wird veranschaulicht, wie er mit dem Ende des Films kämpft und welche Probleme er mit

Marlon Brando hat. Diese Aufnahmen, die eben keine Interviewsituationen sind, tragen zur Authentizität des Films bei. Der Zuschauer hat hier sehr stark das Gefühl, in Geheimnisse eingeweiht zu werden. Ein weiteres Element auf der Tonebene sind Ausschnitte aus dem Hörspiel zur Novelle „Heart of Darkness“ von Orson Welles, das als Übergang zwischen Themenbereichen genutzt wird. Da „Apocalypse Now“ auf „Heart of Darkness“ basiert, fügen sich diese Ausschnitte sehr gut ein und unterstreichen die düstere Stimmung des Films. Im Hörspiel liest Orson Wells ebenfalls stimmungsvoll aus der Novelle vor und die Geschichte wird zudem mit Musik und Geräuschen untermalt.

Coppola berichtet in später aufgenommenen Interviews retrospektiv von seinen Entscheidungen und Gedanken während der Produktion. So auch verschiedene Schauspieler, Produzenten, Drehbuchautoren und George Lucas als Freund Coppolas und Mitbegründer der Idee zu „Apocalypse Now“. Der Zuschauer erfährt also nicht nur aus erster Hand durch Making-of Aufnahmen, was geschah, sondern bekommt zusätzliche Informationen durch nahestehende Quellen. Von Regisseur und Schauspielern werden auch Interviews vor Ort gezeigt, die einen starken Kontrast zu den Retrospektiven bilden, da zwischen Dreharbeiten und retrospektiven Interviews mehrere Jahre vergangen sind und die Personen dementsprechend eine andere Sichtweise auf die Geschehnisse haben.

// Bildebene

Neben den Interviews wird auf der Bildebene viel mit Making-of Aufnahmen gearbeitet, die aber oftmals nur grob thematisch passend unter Tonbandaufnahmen und Interviews gelegt sind. „Apocalypse Now“ bietet einiges an optisch interessanten Aufnahmen mit Rauch, Explosionen und Nachtaufnahmen, wodurch der Zuschauer auf der Bildebene sehr gut unterhalten wird.

Im Gegensatz zu anderen Making-ofs und im Kontrast zu den pompösen Szenen, gibt es einige private Aufnahmen. Es werden unter anderem Coppolas Kinder gezeigt und Aufnahmen von der Landschaft und dem Leben in der Stadt.

Mit Filmausschnitten wird relativ sparsam umgegangen. Oftmals sind diese mit ein bis zwei Minuten recht lang und lassen den Zuschauer ein Stück weit in den Film eintauchen. So gibt es in der Mitte des Films eine Szene, in der das Patrouillenboot

ein kleines Motorboot mit Vietnamesen durchsucht und es durch Missverständnisse zu einem Massaker kommt. Des weiteren wird mit Ausschnitten aus Fernsehsendungen, Zeitungsausschnitten, Fotos und dokumentarischen Aufnahmen aus Vietnam gearbeitet. All diese Elemente bilden die recht komplexe Struktur des Films.

// Musik

Durch die Musik wird die Stimmung des Films entscheidend geprägt. Sie unterstützt und verstärkt die Wirkung der gezeigten Bilder. Es wird mit sphärischer Musik, Urwaldgeräuschen, Trommeln und Trompeten gearbeitet. Meist ist die dadurch ausgedrückte Stimmung schwer und bedrückend. Als Martin Sheen nach seinem Herzanfall an das Set zurückkehrt, hat die Musik an einer der wenigen Stellen etwas fröhliches. Hier sind auch die einzigen Aufnahmen, in denen Martin Sheen und Francis Coppola lachend zu sehen sind.

Die Sequenz, in welcher der Taifun einsetzt, wird mit einem Opernstück unterlegt. Dies wird durch eine Anekdote motiviert, die Eleanor Coppola in ihrem Tagebuch erzählt. Francis Coppola kocht Pasta und lässt das Musikstück in voller Lautstärke laufen.

Insgesamt wird mir relativ wenig Musik gearbeitet. Diese unterscheidet sich zu der in „Apocalypse Now“, doch sie transportiert dessen bedrückende Stimmung.

// Behandelte Themen

In „Hearts of Darkness“ wird sehr stark auf die Probleme eingegangen, die die Produktion hatte. Dabei stehen Star- und Autorendiskurs im Fokus. Industrielle Produktion und Technik werden nur beiläufig erwähnt. Der Spaß bei der Arbeit wird nicht thematisiert.

Der Anfang des Making-ofs und Coppolas Worte drücken sehr gut aus, worum es geht. Die Dreharbeiten sind ein Krieg, der sehr viel mit Vietnam gemeinsam hat. Die Beteiligten scheinen ein wenig den Bezug zur Realität zu verlieren und das Thema von „Apocalypse Now“ spiegelt sich in jedem Charakter wieder. Diese menschliche Komponente macht „Hearts of Darkness“ sehr interessant und sorgt dafür, dass es mehr ist als eine Aneinanderreihung von Informationen über die Produktion.

Die Stars, von denen die meisten retrospektiv sagen, dass sie nicht in bester Verfassung waren, berichten von ihren Problemen. Hier sei nochmal Martin Sheens innerer Konflikt genannt oder der Drogenkonsum, den sowohl Sam Bottoms als auch Frederic Forrest im Interview bestätigen. Ihre Offenheit zu dem Thema wirkt schockierend. Der Zuschauer wird in dunkle Geheimnisse eingeweiht, was weitere Neugier und Interesse erzeugt.

Die Technik ist auf der Bildebene zu sehen, während auf der Tonebene die menschlichen Geschichten und Probleme erläutert werden. Große Teile der Interviews werden als Voice Over verwendet und auf der Bildebene sind die technischen Geräte, Kameras, Kräne, Licht und Dollies zu sehen, womit der Zuschauer auch hiervon einen guten Eindruck gewinnt.

Die Spannung wird durch die immer neuen Probleme aufgebaut und den wachsenden Konflikt Coppolas. Es ist eine Spannungskurve zu erkennen, die sich über die Dauer des Films steigert.

Die gezeigten Schauspieler präsentieren sich nicht als Stars, die Spaß an der Arbeit haben und sich gegenseitig loben. Sie werden als Menschen mit Schwächen dargestellt, die der Zuschauer zumindest ein Stück weit kennenlernen kann.

Auch wenn dem Zuschauer bewusst ist, dass Coppola schlussendlich Erfolg hat, ist der Weg dorthin das Interessante. Die Möglichkeit, dass er scheitern könnte oder auch beinahe gescheitert ist, machen den Reiz des Films aus und unterscheiden ihn von den meisten anderen Making-ofs.

Inhaltlich steht Coppola im Mittelpunkt. Es wird erzählt, wie er versucht das Skript so zu verändern, damit es sein Film wird. Dabei kämpft er gegen Geldprobleme, das Wetter, die Schauspieler, gegen Hollywood als Institution und gegen sein innerstes Selbst. Letzteres wird vor allem durch Eleanor Coppolas Tagebucheinträgen und die privaten Tonbandaufnahmen hervorgehoben. Es wird sehr stark abgebildet, dass „Apocalypse Now“ ein Autorenfilm ist, den Coppola maßgeblich gestaltet hat.

Inwiefern diese Darstellung der Ereignisse durch die Montage verzerrt oder intensiviert wurden, lässt sich nur mutmaßen. Die Dauer der Dreharbeiten von über 200 Tagen, die auf etwa 90 Minuten komprimiert wurden, lassen aber darauf

schließen, dass sehr viel verdichtet wurde, um eine spannende und emotionale Geschichte zu erzählen. Die narrativen Strukturen, der Schnitt und die Auswahl der Szenen sind sehr stimmig und die erzeugte Stimmung bleibt den ganzen Film über erhalten. Anfang und Ende des Films, Aufnahmen von der Premiere und Coppolas Interview vom Set bilden eine erzählerische Klammer. Die Reise, die Coppola macht, nähert sich stark filmischen dramaturgischen Strukturen an: Der Held der ins Unbekannte auszieht und ein Abenteuer erlebt, an dessen Ende er sich selbst überwinden muss um wieder in sein ursprüngliches Leben zurückzukehren. Man sieht zu Beginn den energetischen Coppola am Set, der sich im Laufe des Films zu einer schwachen, fast weinerlichen Figur entwickelt, die aber am Ende stärker als zuvor aus dem Abenteuer hinausgeht. Das Hörspiel Orson Welles unterstreicht diese Reise nochmals.

4.1.3 Full Tilt Boogie

// From Dusk Till Dawn

„Full Tilt Boogie“ (1997) ist das Making-of zu „From Dusk Till Dawn“ (1996), ein Gangsterfilm, der in einem Horror- und Splatterfilm endet. Regie führte Robert Rodriguez und besetzt ist der Film unter anderem mit Quentin Tarantino, George Clooney, Juliette Lewis und Harvey Keitel. Der Film war nicht übermäßig erfolgreich (Tabelle 3), aber gewann einige Preise im Horror- und Fantasy-Bereich.¹³²

„From Dusk Till Dawn“ erzählt die Geschichte der Gecko Brüder, gespielt von George Clooney und Quentin Tarantino, die auf dem Weg nach Mexiko sind, um sich dort abzusetzen. Sie sind auf ihrer Reise nicht sehr unauffällig und sprengen auf ihrem Weg einen Laden an der Landstraße in die Luft. An einem kleinen Motel machen sie Pause und nehmen die zufällig auch dort haltende Familie Fuller, Herr Fuller, seinen Sohn und seine Tochter, als Geisel. Sie reisen gemeinsam im Wohnmobil der Familie über die Grenze und halten an einer Bar mitten im Nirgendwo. Wie sich herausstellt wird diese von Vampiren betrieben, die des Nachts ihre Gäste verspeisen. Die

¹³² IMDb zu "From Dusk Till Dawn" - http://www.imdb.com/title/tt0116367/awards?ref_=tt_awd (Abgerufen am 08.10.2016)

Gruppe bekämpft die Nacht hindurch die Vampire, wobei nur einer der Gecko-Brüder und Fullers Tochter überleben.

// Full Tilt Boogie

Sarah Kelley führte bei „Full Tilt Boogie“ Regie. Sie war an der Produktion von Pulp Fiction beteiligt, worüber sie möglicherweise mit Quentin Tarantino in Kontakt kam und sich die Möglichkeit ergab, das Making-of zu produzieren.

„Full Tilt Boogie“ erschien 1997, wurde auf verschiedenen Festivals gezeigt, ist auf DVD erhältlich¹³³ und lief für kurze Zeit in den USA im Kino.¹³⁴ Das Making-of wird hier teilweise besser bewertet als der Film. Beides schneidet hier jedoch eher mittelmäßig ab (Tabelle 3).

	Erscheinungsjahr	IMDb Rating	Anzahl Ratings	RT Rating	Anzahl Reviews	RT Audience	Anzahl Ratings	Metacritic	Anzahl Kritiken
From dusk till dawn	1996	7,3	218.684	63%	46	76%	272.670	52	14
Full Tilt Boogie	1997	6,5	2.277	88%	16	64%	2.168	NA	NA

Tabelle 3: Bewertungen zu "From Dusk Till Dawn" und "Full Tilt Boogie"

// Inhalt

„Full Tilt Boogie“ folgt der Produktion von „From Dusk Till Dawn“. Dabei werden nur die Dreharbeiten behandelt. Zu Beginn des Films wird der Trailer zu „From Dusk Till Dawn“ gezeigt, womit der Zuschauer einen guten Überblick hat, worum es in diesem Film geht. Danach wird eine inszenierte Sequenz gezeigt, in der Quentin Tarantino und George Clooney versuchen, ihren Weg zum Set zu finden. Dabei begegnen sie Groopies und es werden die Regieassistenten gezeigt, die die Schauspieler suchen. Tarantino und Clooney finden den richtigen Weg und es wird in eine passende Filmszene geschnitten, in der sie einen Laden an einer Landstraße verlassen. Nach

133 IMDb zu "Full Tilt Boogie" - http://www.imdb.com/title/tt0119165/releaseinfo?ref_=tt_dt_dt (Abgerufen am 30.08.2016)

134 IMDb Box Office zu "Full Tilt Boogie" - http://www.imdb.com/title/tt0119165/business?ref_=tt_dt_bus (Abgerufen am 30.08.2016)

diesem Intro geben Quentin Tarantino und Regisseur Robert Rodriguez in einem Interview einen Überblick über die Handlung des Films und erklären ihre Gedanken dabei. Im weiteren Filmverlauf werden verschiedene Gewerke und Personen am Set vorgestellt, die von ihrer Arbeit berichten.

So werden die Assistentinnen von George Clooney und Quentin Tarantino begleitet, die erläutern, was ihre Aufgaben sind. Weitere Interviews geben unter anderem Servicekräfte, Set-Designer, Regieassistenten, Helfer und Statisten. Somit erfährt der Zuschauer viel über die verschiedenen Personen am Set, was in anderen Making-ofs nicht in diesem Umfang gemacht wird.

Außergewöhnlich ist auch eine Sequenz, in der über Set-Romanzen gesprochen wird. Die Assistentinnen und einige weitere Mitglieder des Filmteams sitzen auf einer Wiese und unterhalten sich über die Liebschaften innerhalb des Filmteams.

Etwa in der Mitte des Films bei 36 Minuten wird das Problem mit „The international Alliance of Theatrical Stage Employees“ kurz IATSE behandelt. Die Gewerkschaft für am Set arbeitende fordert, dass Filmproduktionen, die nicht in der Gewerkschaft sind, dennoch für Mitarbeiter nach deren Standards sorgen. Daher wird befürchtet, dass die Set-Arbeiter streiken. Das Making-of Team um Sarah Kelley versucht den IATSE-Gewerkschaftsorganisator Lyle Trachtenberg bei einer Konferenz abzufangen. Dieser möchte jedoch kein Interview vor der Kamera geben, da das Team nicht der Gewerkschaft angehört und mit dem Projekt um Tarantino in Verbindung steht.

Neben außergewöhnlichen Begebenheiten werden auch relativ normale Ereignisse des Filmemachens dokumentiert. So fängt bei einem Außendreh das Set bei einem größeren Pyro-Effekt Feuer und muss gelöscht werden. Am gleichen Tag bricht ein Sandsturm über das Team herein, wodurch die Dreharbeiten unterbrochen werden müssen. Regisseur Robert Rodriguez nimmt es mit Humor und ruft, während alle einpacken, *„Keep shooting, keep shooting. Where are you going?“* (00:50:07).

Nachdem ein neuer Plan gemacht ist, wird am Abend gefeiert. Auch das wird vom Making-of Team ausgiebig dokumentiert, wodurch der Zuschauer recht private Einblicke in das Leben der Crew und Schauspieler bekommt, die sich auf der Tanzfläche amüsieren.

In der Nähe des Drehortes findet sich eine Gruppe von Paparazzi, die vom Making-of Team zu ihrem Tun befragt werden, was aber nur zu kurzen Antworten führt.

Nach einem Interview mit Darsteller Harvey Keitel, wird das Ende eines 18 Stunden-Tages beschrieben, nach dem die Crew in einem Bus zu einem Hotel fährt um dort nochmals ausgelassen am Pool zu feiern. Bei dieser Gelegenheit werden die Fahrer zu ihren Aufgaben befragt.

Zum Ende hin wird Schauspieler Michael Parks interviewt und ein Stunt mit einem komplett in Flammen gehüllten Stuntman gezeigt. Nach dieser Einlage und einem Regen, der die Dreharbeiten nochmals aufhält, beschwören Teile der Filmcrew mit Getrommel die Sonne und die letzte Szene, die Explosion des Ladens an der Landstraße, kann gedreht werden. Zum Ende des Films wird ein Zusammenschnitt gezeigt, in dem die verschiedensten Mitglieder des Drehteams berichten, warum sie ihre Arbeit machen.

// Strukturen des Making-of

// Tonebene

Auf der Tonebene wird mit Interviews und dem Ton der Making-of-Aufnahmen gearbeitet. Der Titel, die von drei Seiten einfliegenden Worte „Full Tilt Boogie“ wird mit dem Geräusch eines Autos unterlegt, das einen Unfall hat.

// Musik

Musik wird sehr sparsam eingesetzt. Die inszenierte Szene zu Beginn ist mit „Staying Alive“ von den Bee Gees unterlegt. Ansonsten wird nur an wenigen Stellen Musik verwendet. So ist bei der Set-Romanzen-Szene leichte Popmusik zu hören.

Bei dem Interview von Michael Parks, der den Texas Ranger Earl McGraw spielt, ist leichte, langsame Country-Musik zu hören, was sehr zu Michael Parks mit seinem Cowboy Hut und seiner langsamen Sprache passt.

// Bildebene

Auf der Bildebene wird die meiste Zeit mit Making-of-Aufnahmen vom Set, spontanen Interviews oder Situationen von Pausen oder nach Drehschluss gearbeitet. Es wird mit einer flexiblen Handkamera gearbeitet, die an verschiedenen Stellen die Schärfe

oder die richtige Kadrange zu suchen scheint. Bei einem Interview mit einem Effekt-Maskenbildner ist die Kadrange so gewählt, dass eine sich hinter der Person befindliche Monsterfigur im Bild bleibt (Abb.8). Daraus resultiert, dass die Person sehr nah am linken Bildrand steht, weshalb die Bildkomposition unschön wirkt.



Abbildung 8: Kadrange in "Full Tilt Boogie"

Auch kommt an mehreren Stellen die Tonangel ins Bild, womit deutlich wird, dass dieses Making-of von einem drei-Personen Team gemacht wurde, bestehend aus einem Kameramann, einem Tonmann, sowie der Regisseurin.

Als weiteres narratives Element werden Texttafeln eingesetzt, die den Film in verschiedene Abschnitte gliedern. So werden „Die Assistentinnen“ (00:12:01) angekündigt oder die verschiedenen Drehwochen markiert, womit der Zuschauer ein zeitliches Gefühl hat. Im Abschnitt, der sich mit der Gewerkschaft beschäftigt, wird in Schwarz-Weiß gearbeitet, möglicherweise um anzuzeigen, dass diese Aufnahmen keine direkte Verbindung zu den Dreharbeiten haben.

// Behandelte Themen

Der Fokus dieses Making-of liegt sehr stark auf den Menschen. Dabei wird versucht, einen Überblick über viele am Set beteiligte Personen zu geben.

Außerdem wird gezeigt, was nach den Dreharbeiten passiert und wie sich das Team in seiner Freizeit verhält. So bekommt der Zuschauer einen anderen Blick auf die Filmproduktion.

Dieses Making-of unterscheidet sich stark von anderen. Da jedoch sehr viele verschiedene Personen gezeigt werden, ergibt sich keine tiefere Geschichte, sondern der Film bleibt eine recht oberflächliche Betrachtung. Die weitere Begleitung der Assistentinnen von George Clooney und Quentin Tarrantino als Protagonistinnen hätte hier möglicherweise mehr Potential geboten.

Ein weiteres Thema ist das Problem mit der Gewerkschaft. Es wird ausgeführt, welche Funktion die Gewerkschaft hat und warum die Produktion um „From Dusk Till Dawn“ als unabhängige Produktion angegriffen wurde. Für ein europäisches

Publikum, das nicht mit dem Studio- und Gewerkschaftssystem in Hollywood vertraut ist, bieten sich interessante Einblicke.

// Diskurse

Die von Hediger aufgestellten Diskurse lassen sich auf diesen Film nur teilweise anwenden. Der Autor Robert Rodriguez wird, bis auf ein kurzes Interview am Anfang, nicht weiter befragt. Der Autorendiskurs spielt also eine ungeordnete Rolle. Die verwendete Technik wird nur beiläufig erwähnt. Es wird gezeigt, wie ein Set gebaut wird und einige Einblicke in die Arbeit der Effekt-Maskenbildner gegeben. Auch die Stars werden nicht im Sinne Hedigers präsentiert. Sie werden nicht interviewt um den Film zu bewerben oder ihre Rollen zu erklären, sondern sprechen über ihre Arbeit im Allgemeinen und ihre Motivation an Filmen mitzuwirken.

Am ehesten trifft der Diskurs der industriellen Produktion zu. Es wird gezeigt, wie viele verschiedene Personen und Gewerke zusammenarbeiten und wie viel Zeit und Energie nötig ist, um einen Film zu produzieren. Besonders im Fokus steht der Spaß an der Arbeit. Die gezeigten Personen machen ihre Arbeit sehr gern und zeigen sich stets fröhlich. Diese durchgängig positive Stimmung erinnert an werbliche Making-ofs und gibt ein wenig den Eindruck eines Imagefilms.

Auch wenn die Produktion mit verschiedenen Problemen konfrontiert wird, werden diese nie weiter dramatisiert und es entsteht an keiner Stelle der Eindruck, dass die Produktion ernsthaft in Gefahr ist. Somit entsteht kein starker Konflikt und auch keine große Spannung.

Insgesamt ist der Film zur Unterhaltung gedacht und um zu illustrieren, welche Menschen hinter den Kulissen arbeiten, was den Mehrwert dieses Making-of ausmacht.

4.1.4 Lost Soul: The Doomed Journey of Richard Stanley's Island of Dr. Moreau

Der Film „Lost Soul: The Doomed Journey of Richard Stanley's Island of Dr. Moreau“ (2014) (Im Folgenden als „Lost Soul“ bezeichnet) ist das retrospektive Making-of zu „The Island of Dr. Moreau“ (1996). Wie „Hearts of Darkness“ wurde dieses Making-of erst Jahre nach dem Film produziert und veröffentlicht (Tabelle 4).

Bei „The Island of Dr. Moreau“ führte anfangs Richard Stanley Regie, der im Verlauf der Arbeit durch John Frankenheimer ersetzt wurde. In den Credits wird lediglich John Frankenheimer als Regisseur genannt. Der Film basiert zumindest in den Grundzügen auf der Novelle „The Island of Dr Moreau“ von H.G. Wells aus dem Jahr 1896.¹³⁵

Er wird auch als „One of the worst movies ever made“ („Lost Soul“ 01:37:47) bezeichnet und gewann zwei Preise für Marlon Brando als schlechtesten Nebendarsteller.¹³⁶ Das dürfte mit ein Grund sein, warum das Making-of in diesem Fall besser bewertet wurde als der Film (Tabelle 4).

	Erscheinungsjahr	IMDb Rating	Anzahl Ratings	RT Rating	Anzahl Reviews	RT Audience	Anzahl Ratings	Meta Critic	Anzahl Kritiken
The Island of Dr. Moreau	1996	4,4	26.027	23%	31	20%	43.127	NA	NA
Lost Soul	2014	7,5	1.770	100%	8	87%	367	NA	NA

Tabelle 4: Bewertungen zu „The Island of Dr. Moreau“ und „Lost Soul“

// The Island of Dr. Moreau

„The Island of Dr. Moreau“ handelt von Dr. Moreau, der auf einer Insel Genexperimente mit Menschen und Tieren durchführt, wobei seltsame Mischwesen entstehen. Der Überlebende eines Flugzeugabsturzes, Edward Douglas, gespielt von

¹³⁵Vgl. Wikipedia: "The island of Dr. Moreau" - https://en.wikipedia.org/wiki/The_Island_of_Doctor_Moreau (Abgerufen am 31.08.2016)

¹³⁶IMDb zu "The island of Dr. Moreau" - http://www.imdb.com/title/tt0116654/awards?ref_=tt_awd (Abgerufen am 31.08.2016)

David Thewlis, wird gerettet, kommt auf die Insel und ist schockiert von den Wesen, die halb Mensch halb Tier sind. Er trifft Dr. Moreau, der versucht, ihm seine Beweggründe zu erklären. Dr. Moreau ist ein exzentrischer Charakter, der ein kleines missgebildetes Tierwesen, gespielt von Nelson de la Rosa, als seinen Untergebenen immer bei sich hat. Dieses Wesen trägt stets die selbe Kleidung wie Dr. Moreau und in einer Szene spielt es auf einem kleinen Flügel, der auf einem normalen Flügel steht, an dem Dr. Moreau spielt. Diese Szene gehört zu den bizarrsten des Films.

Dr. Moreau kontrolliert die Tierwesen mit Implantaten, über die er ihnen mit einer Fernbedienung Schmerzen zufügen kann. Die Tierwesen lernen, sich die Implantate zu entfernen, übernehmen die Kontrolle und töten Dr. Moreau. Edward Douglas kann entkommen und verlässt die Insel, auf der die Wesen allein in ihrem natürlichen Zustand leben möchten.

// Lost Soul

Zu Beginn des Films wird die Vorgeschichte Stanleys erläutert. Er hatte zuvor bei den Filmen „Hardware“ (1990) und „Dust Devil“ (1992) regie geführt.

Stanley zog sich nach Frankreich zurück, wo er 2011 zu „The Island of Dr. Moreau“ interviewt wird. Er erzählt, wie er zum Buch „The Island of Dr Moreau“ kam und erläutert den Inhalt. Dazu passend werden Bilder aus dem Buch gezeigt.

In seinen Ausführungen erwähnt er auch die Novelle „Heart of Darkness“ von Joseph Conrad. Conrad soll den Charakter „Kurtz“ von Wells Charakter „Dr. Moreau“ kopiert haben. Conrad wiederum behauptete, „Kurtz“ sei nach Vorbild von „Sir Henry Morton Stanley“ entstanden, welcher Stanleys Urgroßvater gewesen sein soll.

Stanley schildert weitere Hintergründe zu Dr Moreau und den verschiedenen Verfilmungen, die über die Jahre entstanden. Da er in seiner Jugend eine schlechte Adaption des Buchs gesehen hatte, wollte er schon immer eine eigene Version machen. Er erläutert, wie er 1993 in London nach einem Produzenten suchte und fand. Der Film sollte mit dem Studio New Line Cinema und einem Budget von 8 Millionen Dollar produziert werden. Als Dr. Moreau möchte Richard Stanley gern Marlon Brando, was das Studio nicht sehr begeistert, da sie kurz zuvor einen Film mit ihm gemacht hatten und sich Brando als sehr schwierig erwiesen hat.

Stanley bekommt die Chance, Brando zu überzeugen. Er bittet einen befreundeten

„Warlock“ (00:21:30), also einen Hexer, um Hilfe, der daraufhin ein Ritual durchführt. Stanley spricht mit Brando und nutzt dessen letzte Rolle als Kurtz in „Apocalypse Now“ und die Geschichte seine Urgroßvaters als Grundlage. Brando willigt ein, die Rolle zu übernehmen, womit das Budget des Films angehoben wurde.

Weitere Rollen werden anfangs mit Bruce Willis und James Woods besetzt. Bruce Willis steigt jedoch auf Grund persönlicher Umstände aus und Stanley trifft Val Kilmer, der in das Projekt einsteigen will, aber nur mit weniger Drehtagen. Daher wird auch James Woods ersetzt. Die drei Hauptdarsteller sind schlussendlich Marlon Brando, Val Kilmer und David Thewlis. So wird das Budget auf 35 Millionen Dollar angehoben.

Der deutsche Schauspieler Marco Hofschneider, wie auch die Schauspielerin Fairuza Balk erläutern im Interview ihre Rollen und ihre Erfahrungen mit Stanley und bei der Produktion des Films.

Der geschäftsführende Produzent Tim Zinnemann beschreibt, wie er schon früh die Befürchtung hatte, dass Stanley mit einem großen Team nicht gut umgehen kann. Den ausführenden Produzenten ist bewusst, dass er solch eine große Produktion nicht gewohnt ist.

Die Vorbereitungen gehen voran und Nelson de la Rosa, der kleinste Mann der Welt, kommt als Nebendarsteller in das Team.

Richard Stanley zieht sich immer weiter zurück und verhält sich nicht wie seine Rolle als Regisseur das fordert. Im Interview erklärt er, die Probleme kamen auch von seinem Hexer, dem während seiner Experimente ein Fehler unterlaufen sei, wodurch alle seine Zauber unwirksam wurden.

Während den Proben zeigt sich, dass Kilmer ein schwieriger Schauspieler ist, der Stanley nicht respektiert und ihn so aus dem Konzept bringt. Stanley verliert den Überblick und ein Hurricane bringt die Dreharbeiten zum Erliegen. Die Produzenten beraten sich und beschließen, Stanley zu ersetzen. Dieser nimmt diese Entscheidung nicht gut auf und ist nervlich am Ende. Er wird zum Flughafen gebracht, steigt jedoch nicht in das Flugzeug und verschwindet. Die Produktionsleitung hat Sorge, dass er versuchen wird, die Produktion zu sabotieren. Als neuer Regisseur wird John Frankenheimer engagiert der, wie durch ein Interview mit Marco Hofschneider zu erfahren ist, den Auftrag nur angenommen hat, da er

dafür einen Vertrag über drei Filme und sehr viel Geld bekommt.

Die Stimmung am Set ist schlecht, da einige der Schauspieler Frankenheimer nicht mögen. Dessen vorrangiges Ziel ist es, den Film zu vollenden ohne Stanleys ursprüngliche Ideen zu berücksichtigen. Frankenheimer seinerseits hat große Probleme mit Val Kilmer, der sich sozial völlig unprofessionell verhält und, wie in einem Interview erwähnt wird, dem Schärfezieher während des Drehs mit einer Zigarette den Bart versengt.

Regisseur Frankenheimer ist machtlos gegen die Egos der beiden Hauptdarsteller. Marlon Brando interpretiert seine Rolle völlig anders, als von Stanley vorgesehen. So verlangt er für eine Szene einen kleinen Behälter auf seinem Kopf, der mit Eis gefüllt ist um ihn zu kühlen. Und da er ein faible für Nelson de la Rosa hegt, verlangt er, dass er in jeder Szene mit ihm auftritt. So entstand auch die Szene mit dem kleinen Piano.

Da sich Brando und Kilmer nicht ausstehen können, eskaliert die Situation und beide lassen verlauten, sie kämen erst ans Set wenn der jeweils andere als erstes seinen Wohnwagen verlasse.

Die anderen Schauspieler und vor allem die Komparsen, haben durch diese Verzögerungen sehr viel Freizeit, weshalb sie beginnen, sich zu betrinken, Drogen zu konsumieren und schlussendlich wie eine Gruppe Hippies im Dschungel zu leben. Richard Stanley, der sich nach seinem Verschwinden in der Nähe des Sets zurückgezogen hatte, bemerkt die Gruppe. Mit Hilfe der Maskenbildner wird er ans Set geschmuggelt, indem er sich als Tiermensch-Komparse verkleidet.

Verschiedene Personen erläutern, was für ein schlechter Film „The Island of Dr. Moreau“ geworden ist und mutmaßen, dass es in kleinerem Umfang mit Stanley als Regisseur wahrscheinlich besser gewesen wäre. In abschließenden Interviews wird gesagt, dass sie einen der schlechtesten Filme aller Zeiten gemacht haben, aber auch stolz darauf sind.

// Strukturen des Making-of

// Bildebene

Der Film ist recht schnell geschnitten und neben den Interviews wird sehr viel mit animierten Fotos, Zeichnungen und Storyboards gearbeitet, um visuell interessantere Bilder zu kreieren und die Erzählungen der Beteiligten zu illustrieren. An einigen Stellen, zum Beispiel bei den Ausführungen zum Hurricane oder zum Wirken des Hexers, wird zur Visualisierung mit Aufnahmen gearbeitet, die vermutlich Stock Videos sind. Making-of Aufnahmen gibt es keine, jedoch werden einige Aufnahmen gezeigt, die das Leben und Arbeiten am Set zeigen. Diese wurden vermutlich mit einem kleinen Camcorder oder Ähnlichem aufgezeichnet.

// Tonebene

Die animierten Bilder und die Stockvideos werden zum Teil mit Geräuschen unterlegt, um die Eindrücke zu verstärken. Ansonsten sind die Ausführungen der Interviewten zu hören.

// Musik

Es wird sehr viel mit Musik gearbeitet. So sind großer Teil des Films mit leichter Musik untermalt.

// Behandelte Themen

Sehr interessant an diesem Making-of ist die außergewöhnliche Geschichte. Um diese zu erzählen werden verschiedene Personen Jahre nach der Produktion interviewt. Da es viele verschiedene Positionen sind, unter anderem Regisseur, Produzenten, Maskenbildner, Fahrer, Assistenten, Schauspieler und Komparsen, bleiben die Erzählungen interessant. Auch Marco Hofschneider, der mit schauspielerischen Einlagen erklärt was passierte, macht die gesamte Erzählung lebendiger.

Der Zuschauer erfährt sehr viel über Richard Stanley, der im Fokus dieses Films steht. Seine spirituelle Art verleiht der Geschichte einen weiteren Aspekt, der auch am Ende noch einmal durch ein Bild verdeutlicht wird (Abb. 9).



Abbildung 9: Bild zu Richard Stanley aus "Lost Soul"

„Lost Soul“ ist kein klassisches Making-of, auch weil kaum Videomaterial der Dreharbeiten existiert oder verwendet wird. Der Anfang ist ein wenig schwach, da Richard Stanley sehr viel erzählt, was den Eindruck eines recht einfachen Making-of-Berichts macht. Die Spannung baut sich erst nach etwa 30 Minuten auf, als klar wird, dass Stanley der Aufgabe nicht gewachsen ist. Danach werden die Probleme und Vorkommnisse immer intensiver. Um den Zuschauer von Beginn an mehr zu fesseln, hätte ein kleiner Vorgriff auf die Ereignisse, zum Beispiel, dass die Komparsen wie Hippies im Wald leben, verwendet werden können.

// Diskurse

Die von Hediger beschriebenen Diskurse sind für diesen Film auch nur begrenzt anwendbar. Der Autor Richard Stanley kommt zu Wort und erläutert seine Idee, aber da er den Film schlussendlich nicht selbst verwirklicht hat, ist der Autorendiskurs vernachlässigbar.

Die Technik spielt überhaupt keine Rolle und die industrielle Produktion wird nur dadurch aufgegriffen, dass verschiedene Personen und ihre jeweiligen Positionen vorgestellt werden. Es wird jedoch nicht weiter darauf eingegangen. Spaß an der Produktion ist hier auch kein Kriterium und der Stardiskurs wird nicht im Sinne von Hediger behandelt. Auch wenn teilweise Schauspieler interviewt werden, die von ihren Rollen und ihren Erfahrungen berichten, sind diese doch wenig positiv und dienen mehr als Narrativ.

4.1.5 Burden of Dreams

„Burden of Dreams“ (1982) ist das Making-of zu „Fitzcarraldo“ (1982) von Regisseur Werner Herzog.

// Fitzcarraldo

„Fitzcarraldo“ erzählt die Geschichte von Brian Sweeney Fitzgerald, gespielt von Klaus Kinski, einem nicht sehr erfolgreichem Geschäftsmann, der in der kleinen Stadt Iquitos, mitten im Dschungel, ein Opernhaus bauen möchte, um dort den Sänger Enrico Caruso auftreten zu lassen. Er wird von den einheimischen Peruanern Fitzcarraldo genannt. Er ist mit Molly, einer Bordellbesitzerin, gespielt von Claudia Cardinale, liiert, die ihn bei seinem Vorhaben unterstützt. Fitzcarraldo versucht in in das Kautschuk-Geschäft einzusteigen und kauft ein großes Stück Land, das auf Grund seiner Lage jedoch nicht zugänglich ist. Es liegt an einem Fluss, aber um dort hin zu gelangen müsste ein Schiff die „Pongo das Mortes“, unpassierbare Stromschnellen, überwinden. Fitzcarraldo hat daher den Plan, an einer sehr schmalen Stelle, an der sich zwei Flüsse fast treffen, das Schiff über den Hügel von einem in den anderen Fluss zu ziehen. Für dieses unmöglich scheinende Unterfangen schafft er es, einen Eingeborenstamm für sich zu gewinnen. Nach anfänglichen Fehlschlägen ziehen sie das Schiff über den Hügel. Doch die Indios sehen in dem Schiff eine Gabe, die sie den „Pongo das Mortes“ Opfern wollen. Fitzcarraldo und seine Crew schlafen nach einer langen Nacht des Feierns auf dem Schiff und merken nicht, dass die Indios es los gemacht haben. Es treibt in die Stromschnellen, weshalb die gesamte Arbeit umsonst war. Er verkauft das stark beschädigte Schiff und kann sich mit dem Erlös immerhin einen Auftritt von Caruso in Iquitos leisten.

// Burden of Dreams

Regisseur von „Burden of Dreams“ war Les Blank. Es beschreibt einen Teil der Vorproduktion und die problematischen Dreharbeiten von „Fitzcarraldo“.¹³⁷

¹³⁷ Rotten Tomatoes zu "Burden of Dreams" - https://www.rottentomatoes.com/m/burden_of_dreams
(Abgerufen am 03.09.2016)

In diesem Beispiel wird das Making-of teilweise besser bewertet als der Film. Die Abweichungen von Film zu Making-of sind nur sehr gering (Tabelle 5).

	Erscheinungsjahr	IMDb Rating	Anzahl Ratings	RT Rating	Anzahl Reviews	RT Audience	Anzahl Ratings	Meta Critic	Anzahl Kritiken
Fitzcarraldo	1982	8,2	22.100	83%	23	92%	12.558	NA	NA
Burden of Dreams	1982	8	4.236	100%	16	91%	3.409	NA	NA

Tabelle 5: Bewertungen zu "Fitzcarraldo" und "Burden of Dreams"

// Inhalt

Nach einem kurzen Intro, in dem die Landschaft des Amazonas in Peru gezeigt wird, erläutert Werner Herzog die Geschichte um Fitzcarraldo und seine Beweggründe, diesen Film zu machen. Als Drehort benötigte er einen Ort, an dem zwei Flüsse sehr nah beieinander liegen mit einem Hügel dazwischen.

Ein Sprecher erläutert die Probleme, die sich schon in der Vorproduktion zeigen und gibt einige Informationen zum Dschungel und dessen Vernichtung.

Der erste Drehort muss aufgegeben werden, da die ansässigen Indios befürchten, Herzog und das Filmteam würden ihnen und der Landschaft Schaden zufügen. Das Team gerät in einem politischen Konflikt und muss fliehen.

Die Dreharbeiten beginnen 13 Monate später an einem neuen Drehort mit Jason Robards als Fitzcarraldo und Mick Jagger als sein Assistent. Nach fünf Wochen Dreh wird Jason Robards krank und kann nicht zurückkehren. Herzog fliegt nach Deutschland um einen neuen Hauptdarsteller zu finden. Währenddessen steigt auch Mick Jagger aus und Herzog muss seinen Investoren erklären wie es weiter geht. Er gibt nicht auf und Klaus Kinski übernimmt die Rolle als Fitzcarraldo. Nach sechs Wochen beginnt der Dreh erneut. Werner Herzog stellt die drei verschiedenen Schiffe vor, die für die Dreharbeiten gebraucht werden. Er erklärt wie schwierig es war die Schiffe zu finden, zu restaurieren und über mehrere hundert Kilometer den Fluss hinauf zu schleppen.

Für den Großteil der Dreharbeiten möchte Herzog tief in den Dschungel. Er meint,

die besondere Situation bringe die besonderen Fähigkeiten aller Beteiligten zum Vorschein und erläutert, wie viele hundert Kilometer Dschungel in jede Richtung seien, bevor man die nächste Stadt erreicht.

Aufgrund der Verzögerung rückt die Trockenzeit näher und die Flüsse werden zu niedrig für die Schiffe, was ein großes Problem werden könnte. Nach Regenfällen versucht Herzog eine Szene auf dem Fluss zu drehen aber das Schiff läuft fast auf Grund. Um dennoch filmen zu können wird eine Attrappe gebaut.

Es wird eine Szene behandelt, in der viele Indios in Kanus Fitzcarraldos Weg blockieren. Der Sprecher erklärt um welche Szene es sich im Film handelt.

Werner Herzog erläutert wie die Indios und ganze Länder und Kulturen verloren gehen aber sagt auch, dass Fitzcarraldo kein ethnografischer Film sei, da er die Indios anders darstellt, als sie wirklich sind.

Nach einem Zwischenfall, bei dem zwei Indios durch einen anderen Stamm verletzt wurden, macht sich ein Trupp Indios mit Gewehren auf den Weg um Stärke zu demonstrieren. Herzog sagt dazu, dass er es nicht gut heißt, sich aber nicht in das Leben der Indios einmischen kann. Es ist zu befürchten, dass es zu schwerwiegenden Auseinandersetzungen kommt, was aber nicht eintritt.

Die Dreharbeiten gehen weiter. Herzog erläutert, warum er getrennte Lager für das Filmteam und die Indios wollte. Die Indios sollen natürlich leben und die jeweiligen Gewohnheiten hätten wahrscheinlich für Probleme gesorgt. An diese Ausführungen schließt eine Sequenz an, die das Leben der Indios zeigt und die Zubereitung von Masato, einem Brei aus Yucca, der mit Spucke zu dem traditionellen Getränk vergoren wird. Diesen Brei trinkt Fitzcarraldo im Film um die Zusammenarbeit zu besiegeln. Klaus Kinski jedoch nicht.

Die finanzielle Lage der Indios wird thematisiert Sie verdienen 3,50\$ pro Tag am Set, was das Doppelte ihres normalen Lohns ist.

Es beginnen die Dreharbeiten bei denen die Indios eine Schneise durch den Dschungel zwischen den beiden Flüssen geschlagen wird.

Ein Bulldozer wird hierfür eingesetzt. Es regnet jedoch sehr viel und der Bulldozer kommt den Hügel nicht hinauf. Herzog äußert sich zum Terrain und sagt, es sei im Grunde was er gesucht hatte.

Durch die großen Probleme gehen die Dreharbeiten nur langsam voran. Die Indios

sind statt drei Monaten sechs Monate im Camp, wodurch es Spannungen gibt. Es gibt wenig, mit dem die viele Wartezeit überbrückt werden kann. Schauspieler Klaus Kinski und Paul Hittscher äußern sich dazu. Kinski ist sehr genervt von der Situation, aber fasziniert vom Dschungel.

Werner Herzog möchte ein echtes Schiff über den Hügel ziehen. Dazu bespricht er sich mit einem Ingenieur. Dieser steigt jedoch aus, da die Steigung des Hügels zu groß, und damit das Risiko einer Katastrophe für ihn zu hoch ist. Herzog fährt ohne ihn fort. Der Versuch das Schiff zu ziehen schlägt fehl. Herzog steckt nun mit dem Schiff im Dschungel fest und niemand möchte in den Film investieren. Es wird weiter erläutert, dass es Gerüchte gibt, nach denen die Schauspieler aussteigen möchten. Der Glaube an das Projekt sinkt und auch Herzog hat Zweifel. In einem monologartigen Interviewausschnitt erklärt Herzog, was er vom Dschungel hält, dass er ihn liebt auch wenn er sagt, es sei alles böse und es sei ein unfertiges, verfluchtes Land.

Herzog macht weiter und dreht die Szenen mit dem Schiff in den Stromschnellen. Dazu sind Herzog und das Team auf dem Schiff während dieses steuerlos durch die Stromschnellen treibt. Bei einem harten Aufprall wird der Kameramann verletzt und am Ende läuft das Schiff auf Grund.

Die herrschende Trockenzeit bringt die Dreharbeiten zum Erliegen. Werner Herzog wird zu den Dreharbeiten befragt. Er redet über die Kosten der Dreharbeiten, dass es Verletzte und Tote gab. Er sagt: „One starts to question the profession itself.“ (01:29:20). Auf die Frage, was er nach den Dreharbeiten machen würde, sagt er: „I shouldn't be making movies anymore.“ (01:29:27).

Es gelingt schlussendlich das Schiff über den Berg zu ziehen und in einem letzten Interview äußert sich Herzog zu der Frage, warum er Filme macht.

// Strukturen des Making-of

// Bildebene

Es werden kaum Filmausschnitte gezeigt, lediglich die Aufnahmen mit Jason Robards und Mick Jagger zu Beginn des Films sind als solche zu erkennen. Der

Rest scheinen Making-of Aufnahmen zu sein, die das Team vor Ort gemacht hat. Auch sämtliche Interviews sind vor Ort entstanden, womit eine klare Entwicklung der Charaktere zu erkennen ist. Weitere Elemente kommen quasi nicht zum Einsatz. Lediglich an einer Stelle wird ein Foto gezeigt.

// Tonebene

An vielen Stellen sind die Geräusche des Dschungels klar zu hören. Es wäre möglich, dass hier zusätzliche Geräusche eingefügt wurden, um mehr Atmosphäre zu schaffen und Schnitte im Ton zu kaschieren.

// Musik

Passend zum Film wird mehrmals mit Opernstücken gearbeitet. Diese werden zur Untermalung eingesetzt und erzeugen weitere Emotionen. Als Beispiel sei die Szene genannt, in der das Schiff die Stromschnellen hinunter treibt. Die dramatischen Bilder werden durch ein Opernstück weiter verstärkt.

An mehreren Stellen, an denen es um die Indios geht werden Gesänge verwendet, die das Filmteam vor Ort aufgenommen hat. So ist in einer Szene ein Indio zu sehen, der gerade singt. Der Ton läuft weiter während andere Bilder gezeigt werden. Oftmals, wenn das Leben der Anwohner gezeigt wird, ist spanische Musik zu hören. Insgesamt wird die Musik sparsam eingesetzt und lässt den Aufnahmen und Interviews auf der Tonebene ihren Raum.

// Behandelte Themen

„Burden of Dreams“ zeigt nochmals eine andere Variante eines Making-of. Der Fokus liegt ganz klar auf der ungewöhnlichen Geschichte Werner Herzogs. Es ist sehr überraschend zu sehen, dass er wirklich ein Schiff über einen Hügel gezogen hat. Die Erkenntnis, dass hier die mutmaßliche Illusion keine ist, ist wohl die Stärke dieses Films. Als Protagonist dient Herzog, der gegen das Schicksal, aber zum größten Teil gegen den Dschungel kämpft.

Neben der Filmproduktion wird auch stark auf das Land und vor allem die Menschen eingegangen. Es wird gezeigt, wie die Indios leben und mit welchen Problemen sie konfrontiert sind. Somit wird „Burden of Dreams“ teilweise zu dem ethnographischen

Film, den Herzog mit „Fitzcarraldo“ nicht machen wollte.

Durch die exotische Landschaft und die Indios wird dem Zuschauer visuell sehr viel geboten. Zusammen mit der Geschichte Herzogs und den verschiedenen Problemen bleibt der Zuschauer interessiert. Es wird sehr viel Spannung aufgebaut, da Werner Herzog sich und das Team vor viele Herausforderungen stellt.

// Diskurse

Der Autorendiskurs ist hier ganz klar zu erkennen. Herzog ist der Autor des Films und möchte seine Vision umsetzen.

Auch wenn die vermeintliche Illusion hier keine ist, kann die Erklärung darüber, wie die Szenen gemacht wurden, als Technikdiskurs gesehen werden. Auf andere technische Aspekte wie Kamera oder Ton wird nicht eingegangen.

Der Diskurs der industriellen Produktion ist nicht wirklich zu erkennen. Das Filmteam wird als Ganzes gesehen und es werden kaum verschiedenen Arbeitsbereiche gezeigt. Auch der Spaß an der Arbeit wird hier nicht weiter vertieft. Die Stimmung ist, wie in Fitzcarraldo auch, eher ernst.

Die Stars kommen so gut wie gar nicht zu Wort und der Stardiskurs wird nicht aufgegriffen.

4.2 Schlussfolgerungen aus den Analyseergebnissen

Im Vergleich zu den hier analysierten Making-ofs enthalten die meisten traditionellen Making-ofs, wie sie auf den DVDs zu finden sind, sehr viel Redundanz. Da seit Beginn des DVD-Zeitalters sehr viele Making-ofs gemacht wurden, die die Abläufe einer Filmproduktion illustrieren, hat der Zuschauer schon sehr viel gesehen.¹³⁸ Es werden immer die gleichen Themen behandelt und dazu ähnliche Bilder gezeigt. Die analysierten Making-of erweitern dieses Spektrum und verleihen den Filmen mehr Tiefe und weiteren Mehrwert für den Zuschauer.

¹³⁸Vgl. Wagner, Stephanie: Interview vom 24.08.2016, Anhang S. 125

// Wiederkehrende Elemente

Einige Elemente können sehr zuverlässig in fast allen Making-of angetroffen werden. So werden Aufnahmen vom Set gezeigt um die Arbeit der Filmschaffenden zu illustrieren. Eine Ausnahme bildet hier der Film „Lost Soul“. Auch Interviews sind ein gängiges Element, das als narrativ verwendet wird. „Making of Heimat“ verzichtet jedoch auf dieses Element. Als weiteres sind Filmausschnitte aus dem fertigen Film zu nennen, die oft verwendet werden um einen Vergleich zu den Making-of Aufnahmen zu bieten. Aber auch hier gibt es Filme, die nicht mit diesem Element arbeiten wie „Burden of Dreams“.

Alle weiteren Elemente werden auf unterschiedlichste Weise und in unterschiedlichsten Kombinationen eingesetzt. Bei einigen Making-of wird mit einem Sprecher gearbeitet. In „Hearts of Darkness“ wird Francis Coppolas Frau zur narrativen Stimme, die ihre Erfahrungen beschreibt. Hier ist es kein allwissender Erzähler, sondern ein subjektiver Erfahrungsbericht, der ein Stück weit die Funktion eines Sprechers übernimmt. In „The Hamster Factor“, „Lost in La Mancha“ und „Burden of Dreams“ wird mit einem klassischen Sprecher gearbeitet, der sehr viele Informationen gibt und Situationen beschreibt.

Sounds und Musik werden meist verwendet, können jedoch sehr unterschiedlich auftreten. Sounds werden im Normalfall sehr sparsam eingesetzt. Musik hingegen kann, wie in „Lost Soul“, ein fast ständiger Begleiter des Making-of sein. Dabei muss die Musik nicht aus dem Originalfilm stammen, was jedoch häufig der Fall ist.

// Besondere Elemente

Viele dokumentarische Making-ofs arbeiten mit Fotos und Bildern verschiedenster Art. Sie werden einfach eingeblendet wie in „Hearts of Darkness“ oder aufwendig in verschiedene Ebenen zerlegt und animiert wie in „Lost Soul“. Andere Animationen treten in verschiedensten Variationen auf. So werden sie in „The Hamster Factor“ und „Lost in La Mancha“ zur Illustration von Hintergrundinformationen zu Terry Gilliam genutzt. Videos und Filmausschnitte aus verschiedensten Filmen, Fernsehsendungen und Archivaufnahmen werden verwendet, um weitere Informationen zu geben, oder Gesagtes zu untermalen.

// Unterschiede Machart

Die Machart dokumentarischer Making-ofs kann sehr unterschiedlich sein. „Lost Souls“ ist viele Jahre nach dem Originalfilm entstanden und wird fast ausschließlich durch Interviews erzählt, wohingegen „Hearts of Darkness“ zusätzlich sehr viele dokumentarische Making-of Aufnahmen sowie private Aufnahmen nutzen kann, was ganz andere Sichtweisen zulässt. „Burden of Dreams“ hingegen nutzt ausschließlich Material das vor Ort entstanden ist.

// Themen

Auch thematisch lassen sich zwischen den Making-of große Unterschiede erkennen. Viele dieser Filme konzentrieren sich auf den Regisseur, da dieser mit allen Bereichen der Produktion zu tun hat und somit eine gute Hauptfigur darstellt, die begleitet werden kann. Das Beispiel „Full Tilt Boogie“ zeigt, dass auch thematisch andere Bereiche betrachtet werden können. „Burden of Dreams“ wird durch die Betrachtung der Indios und deren Lebensweise teilweise zu einem ethnografischen Film.

Was die analysierten Filme gemeinsam haben ist, dass sie sich verstärkt mit den Menschen beschäftigen. Der Zuschauer bekommt die Möglichkeit eine oder mehrere Personen näher kennenzulernen, was diesen Filmen mehr Tiefe gibt und über eine rein informative Darstellung hinausgeht. Auch die Darstellung verschiedener Konflikte, die die Produktion des Films bedrohen erzeugt Spannung und geben dem Zuschauer einen Mehrwert.

// Narrative Mittel

Im Making-of gibt es eine Reihe von Elementen mit denen gearbeitet wird. Das wohl einfachste und klarste ist ein Sprecher oder ein Moderator, der zusätzlich als Sprecher dient. Auch die Interviews dienen als Narrativ, die durchaus ohne einen weiteren Sprecher eine Geschichte erzählen können. Die Making-of-Aufnahmen können, wenn sie die richtigen Momente beinhalten oder viele Dialoge verfolgen, als Narrativ eingesetzt werden. So wird „Burden of Dreams“ auch zu einem Teil über diese erzählt. Als besonderes narratives Mittel wird in „Hearts of Darkness“ das Hörspiel von Orson Welles verwendet, über welches die Geschichte des Films

erläutert, ein Vergleich zur Novelle „Heart of Darksee“ gezogen und zwischen verschiedenen Teilen des Films eine Verbindung hergestellt wird. Auf ähnliche Weise werden in „Lost in La Mancha“ die animierten Storyboards mit den gesprochenen Drehbuchauszügen verwendet.

Solche besonderen narrativen Mittel geben dem Making-of eine Besonderheit, die dem Zuschauer einen Mehrwert bieten und den Film sehenswerter machen.

Es ist zu sehen, dass bei der Produktion des Making-of sehr viele kreative Entscheidungen getroffen werden können. Hier gibt es im Hinblick auf andere Dokumentarfilme keine Unterschiede.

// Analyse weiterer Making-of

Für die Analyse wurde nicht nur die genannten Making-of genauer untersucht, sondern 19 Making-of der letzten Jahrzehnte. Als Maßstab für den Erfolg und die Beliebtheit dienten hier wieder die Plattformen „IMDb“, „Rotten Tomatoes“ und „Metacritic“. Die komplette Tabelle ist im Anhang (S. 144) zu finden.

Die Bewertungen von Making-of zu Film weicht meist nur leicht ab. In den meisten Fällen ist das Making-of leicht schlechter bewertet. Die Anzahl der Bewertungen sind bei Making-ofs um einiges geringer als bei den Filmen. Eine Ausnahme bildet hier der Film „American Movie“, was daran liegen mag, dass dieses Making-of auf der Produktion eines Kurzfilms basiert.

Ob das Verhältnis zwischen den Bewertungen eine genaue Wiedergabe davon ist, wie oft das Making-of im Verhältnis zum Film geschaut wurde, kann hier nicht beantwortet werden. Es wird im Folgenden jedoch davon ausgegangen, dass dieses Verhältnis grob die Realität widerspiegelt. Das Zielpublikum für dokumentarische Making-of sind am ehesten Filminteressierte und Fans des jeweiligen Films. Diese Zielgruppe dürfte im Vergleich zu jener, die Filme zu Unterhaltungszwecken konsumieren, recht klein sein. So auch die Meinung von Stephanie Wagner: „Das sind hauptsächlich Leute die sich für Film interessieren. Das ist die breite Masse nicht.“ (Vgl Wagner, Stephanie: Interview vom 24.08.2016).

Dennoch scheint die Zielgruppe groß genug zu sein, um verschiedene Editionen von DVDs heraus zu bringen.¹³⁹

139 Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung" S. 82f

4.3 Einordnung in die Dokumentarfilmlandschaft

Um diese Making-of in die Landschaft der Dokumentarfilme einordnen zu können, muss zunächst geklärt werden, was ein Dokumentarfilm ist. Diese Frage lässt sich jedoch nicht so einfach beantworten. Thomas Schadt führte zusammen mit einem Kollegen eine Umfrage unter Dokumentarfilmern durch, um herauszufinden was für diese ein Dokumentarfilm sei. Das Ergebnis dieser Umfrage war, dass es viele verschiedene Ansichten dazu gib was ein Dokumentarfilm ist. Alle Antworten hatten gemeinsam, dass es ein authentischer Film sei und Schadt zieht für sich den Schluss, dass Dokumentarfilm eine Gattung ist. Es ist der non-fiktionale Film, der dem fiktionalen Film gegenüber steht.¹⁴⁰

Nach Ansicht von Thorolf Lipp ist bei einem Dokumentarfilm wichtig „[...]dass hier ein Thema mit besonders überlegter, vielleicht sogar unverwechselbarer Autorenhandschrift, also mit möglichst genau dazu passenden gestalterischen Mitteln umgesetzt wird.“ (Lipp, Thorolf: „Spielarten des dokumentarischen“ - 2016 S.31). Dies könnte als Merkmal für die Qualität eines Dokumentarfilms dienen.

Das Making-of ist also ein dokumentarischer Film, wenn es die Produktion eines Films authentisch dokumentiert und der werbliche Faktor in den Hintergrund tritt.

Die Gattung des non-fiktionalen Films kennt sehr viele Unterarten. Es stellt sich nun die Frage, wo das Making-of eingeordnet werden kann. Für die Einordnung sollen die fünf dokumentarischen Arten zur Kategorisierung hinzugezogen werden, die Thorolf Lipp als Archetypen differenziert hat.

// Plotbasierter Dokumentarfilm

Der plotbasierte Dokumentarfilm gibt eine Geschichte vor, die, wie bei einem fiktionalen Film inszeniert wird. Im Normalfall wird nicht mit Schauspielern gearbeitet und an echten Orten gedreht.¹⁴¹ In diese Kategorie fällt das Making-of „The reluctant Dragon“.

¹⁴⁰ Schadt, Thomas (2002): "Das Gefühl des Augenblicks" S. 16ff

¹⁴¹ Lipp, Thorolf: "Spielarten des dokumentarischen" (2016), S. 52

// **Nonverbaler Dokumentarfilm**

Im Nonverbalen Dokumentarfilm wird weder mit einem Sprecher noch mit Interviews gearbeitet. Es werden lediglich beobachtende Aufnahmen verwendet und mit Bildern und Tönen gearbeitet, um eine Geschichte zu erzählen.¹⁴²

Da im Making-of die Dialoge zwischen verschiedenen Charakteren eine große Rolle spielen, wird es wahrscheinlich kein nonverbales Making-of geben.

// **Documentry**

Das Documentry beleuchten ein Thema meist aus verschiedenen Perspektiven. Dabei wird im Vorfeld viel recherchiert und ein Skript erstellt, welches für die weitere Arbeit als Leitfaden dient, um die richtigen Bilder für das Documentry zu bekommen. Als stärkstes Narrativ wird ein Sprecher eingesetzt, der die gezeigten Bilder kommentiert.¹⁴³

// **Direct Cinema**

Das Direct Cinema arbeitet sehr minimalistisch. Es werden Vorgänge lediglich beobachtet ohne zu beeinflussen. Die Kamera versucht dabei so unauffällig wie möglich zu sein. Es wird weder mit Interviews noch mit einem Sprecher gearbeitet. Nicht einmal Musik wird verwendet, um das Gezeigte nicht zu verfälschen. Ein Film dieser Art ist heute selten, da sehr viel Material gedreht werden muss, um daraus eine dramaturgisch ansprechende Geschichte zu erzeugen.¹⁴⁴

// **Cinéma Vérité**

Im Cinéma Vérité wird sehr offen mit der Kamera umgegangen. Sie kann als Protagonist eines Films dienen und Dinge aufdecken. Sie dient auch als Katalysator, um bestimmte Dinge zu erzeugen. So geben zum Beispiel manche Personen vor der Kamera sehr intime Dinge preis. Bei der Arbeit können Teile des Filmteams ins Bild

¹⁴² Lipp, Thorolf: "Spielarten des dokumentarischen" (2016), S. 64ff

¹⁴³ Lipp, Thorolf: "Spielarten des dokumentarischen" (2016), S. 74ff

¹⁴⁴ Lipp, Thorolf: "Spielarten des dokumentarischen" (2016), S. 87ff

kommen und direkt mit den Protagonisten interagieren, um Ereignisse zu provozieren und spontan Interviews zu führen. Die heutige Form des Cinéma Vérité ist die Reportage.¹⁴⁵

Heutige Dokumentarfilme verwenden Aspekte der verschiedenen Unterarten und bilden somit Mischformen.¹⁴⁶ Und auch bei Making-ofs werden verschiedene Mittel verwendet. So sprechen die vielen retrospektiven Interviews eher für das Dokumentry und die „unsichtbare“ Kamera am Set eher für Direct Cinema. In „Full Tilt Boogie“ interagieren die Protagonisten teilweise mit der Kamera und es werden bewusst Aktionen und Interviews provoziert, was Teile des Cinéma Vérité darstellt. In „Burden of Dreams“ bleibt die Kamera meist ein passiver Beobachter wie im Direct Cinema. Lediglich während der Interviews wird mit Personen interagiert. Teilweise wird, eher typisch für das Documentary, mit einem Sprecher gearbeitet.

Es ist also zu sehen, dass Making-ofs eine Mischform von dokumentarischen Stilen sind. Dabei können verschiedenste Kombinationen auftreten, was dem Making-of viel Spielraum lässt. Wenn es auch keine eigene dokumentarische Form ist, ist es dennoch *„(...)ein eigenständiges Format mit eigenständigen dramaturgischen und narrativen Erfordernissen.“* (Vgl Wortmann, Volker: "Special Extended: Der Filmteam als kreativer Kollektiv-Körper im 'making of...'" in Kurzenberger, Hajo: "Kollektive in den Künsten" Band 10 – 2008 S. 48).

¹⁴⁵ Lipp, Thorolf: "Spielarten des dokumentarischen" (2016), S. 102ff

¹⁴⁶ Schadt, Thomas: "Das Gefühl des Augenblicks" (2002), S. 20f

5. Filmmarketing und Filmfinanzierung

Das folgende Kapitel gibt einen Einblick in das Wesen der Filmfinanzierung und des Filmmarketings. Dieser soll dazu dienen mögliche Punkte zu finden, die für das Making-of und seine Vermarktung von Bedeutung sein können.

5.1 Faktoren erfolgreicher Filme

Viele Filme sind Buchadaptionen. Dies hat den Vorteil, dass die Geschichte samt Charakteren schon sehr genau ausgearbeitet ist.¹⁴⁷ Diese Geschichte muss dann für eine Filmproduktion adaptiert werden, was keine leichte Aufgabe ist und bei Fans des Buches nicht selten zu Unmut führt. Die Adaption führt oft dazu, dass die Geschichte stark reduziert werden muss, um innerhalb von 90-120 Minuten erzählt werden zu können. Teilweise werden die Geschichten auch abgewandelt, wie bei „Per Anhalter durch die Galaxis“ (2005) oder auch „Eragon“ (2006).¹⁴⁸ Dennoch haben Buchadaptionen oft Erfolg. Bestes Beispiel hierfür ist die „Herr der Ringe“ Trilogie (2001-2003).

In Deutschland ist diese Vorgehensweise jedoch nicht so häufig, da die Verfilmungsrechte sehr kostspielig sind.¹⁴⁹

Andere Möglichkeiten, um Geschichten für einen guten Kinofilm zu finden sind Serien. Solch ein Vorgehen hat in den USA zu großen Erfolgen wie „Star Trek“, „Akte-X“ oder „Mission Impossible“ geführt. In Deutschland fehlen für solche Adaptionen zum einen die passenden Serien und zum anderen das Know How in der Filmindustrie. Ähnlich verhält es sich bei Remakes, welche in den USA mit mehr Erfolg produziert werden können als in Deutschland.¹⁵⁰

147 Auer, Manfred: "Top oder Flop? Marketing für Film- und Fernsehproduktionen" (2000), S.64

148 Petersen, Christoph: "Kritik der FILMSTARTS.de-Redaktion Eragon - Das Vermächtnis der Drachenreiter" (o. J.) - <http://www.filmstarts.de/kritiken/39193-Eragon-Das-Verm%C3%A4chtnis-der-Drachenreiter/kritik.html> (Abgerufen am 15.09.2016)

149 Auer, Manfred: "Top oder Flop? Marketing für Film- und Fernsehproduktionen" (2000), S.64

150 Auer, Manfred: "Top oder Flop? Marketing für Film- und Fernsehproduktionen" (2000), S. 18

Eine gängige Meinung ist, dass bekannte Schauspieler oder auch „Stars“ ein starkes Kriterium sind, um einen erfolgreichen Film zu produzieren. Dies ist jedoch nicht unbedingt der Fall. Bekannte Schauspieler sind wichtig, um ein Filmprojekt zu verkaufen und somit die Produktion in Gang zu bringen.¹⁵¹ Jedoch haben große Stars allein laut Studien keinen Einfluss auf den wirtschaftlichen Erfolg eines Films, können aber wohl schlechte Kritiken etwas abmildern. Für das Marketing sind Stars sehr interessant, da viele Filme über diese präsentiert werden. Zudem haben verschiedene Schauspieler auch einen Einfluss auf die Erwartungen des Zuschauers. So wird von Sylvester Stalone oder Bruce Willis erwartet, dass es sich um einen Actionfilm handelt. Hier gibt es jedoch auch Ausnahmen. Bei Tom Hanks ergab die Untersuchung keine genaue Zuordnung zu einem bestimmten Genre. Ähnlich verhält es sich bei Regisseuren, über die auch Erwartungen geschürt werden.¹⁵²

Da verschiedene Schauspieler mit verschiedenen Eigenschaften assoziiert werden, sollten, zumindest im deutschen Kinofilm, keine Fernsehchauspieler eingesetzt werden. Sie werden zu stark mit dem Fernsehen in Verbindung gebracht und könnten somit die vom Zuschauer wahrgenommene Qualität des Films mindern. Der Kinofilm sollte sich stark vom Fernsehen unterscheiden, um dem Zuschauer einen Mehrwert zu bieten.¹⁵³

Auch wenn die USA große und erfolgreiche Filme produzieren, geraten sie mit ihren riesigen Produktionen in Probleme. Die Budgets der Projekte werden so groß, dass es immer schwerer wird, diese mit Einnahmen zu decken.¹⁵⁴ Und auch ein Finanzmanager des Unternehmens Metro-Goldwyn-Mayer (MGM) sagt, das Kino sei sehr kapitalintensiv und bringe keine großen Gewinne.¹⁵⁵

151 Auer, Manfred: "Top oder Flop? Marketing für Film- und Fernsehproduktionen" (2000), S. 78

152 Aschenbroich, Ulrich - "Analyse der Erfolgsfaktoren von Kinofilmen - Eine Projektarbeit der Rheinischen Fachhochschule Köln" (2005), S. 13f

153 Auer, Manfred: "Top oder Flop? Marketing für Film- und Fernsehproduktionen" (2000), S. 78f

154 Auer, Manfred: "Top oder Flop? Marketing für Film- und Fernsehproduktionen" (2000), S. 20

155 Auer, Manfred: "Top oder Flop? Marketing für Film- und Fernsehproduktionen" (2000), S. 22

5.2 Die Filmmärkte

Je nach Herstellungsland herrschen andere Voraussetzungen für die Filmproduktion. So haben Kinofilme in Deutschland ein Budget von drei bis sechs Millionen Euro. In Frankreich sind es schon 12 bis 32 Millionen Euro und eine europäische Koproduktion bestreitet einen Kinofilm mit 10 bis 25 Millionen Euro. Möglich werden diese Beträge, vor allem in Frankreich, durch Filmförderungen. Die USA übersteigen dieses Budget bei weitem. Die dort produzierten internationalen Kinofilme haben ein Budget von mindestens 30 Millionen bis weit über 100 Millionen Euro.¹⁵⁶ Um diese gewaltigen Filme finanzieren zu können, werden kleinere Filme mit einem Budget von rund 3,5 Millionen Euro¹⁵⁷ produziert, die in den Kinos größere und sicherere Gewinne erwirtschaften können.¹⁵⁸

Diese großen Budgets bieten dementsprechend mehr Möglichkeit, um ein hochwertigeres, und vor allem umfangreiches Making-of zu produzieren. Als Beispiel kann hier die „The Hobbit“-Trilogie (2012-2014) genannt werden. Bei etwa 500 Millionen Euro¹⁵⁹ wurden sehr viele Bonusmaterialien mit mehreren Stunden Laufzeit produziert. Auch „Twelve Monkeys“ (1995) kann bei knapp 27 Millionen Euro ein gutes Making-of vorweisen.¹⁶⁰

Weltweit sind die USA jedoch nur auf Platz zwei der filmproduzierenden Länder. 2011 produzierten die USA 819 Spielfilme. Auf Platz eins liegt Indien mit 1255 Filmen. Deutschland liegt auf Platz 8 mit 212 Filmen.¹⁶¹

156 Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung" (2012), S. 31f

157 4 Millionen Dollar, Umrechnungskurs vom 10.10.2016

158 Pilarczyk, Hannah: "Regie-Star Winding Refn "Ich drehe meine Filme für Smartphones"" (2013) - <http://www.spiegel.de/kultur/kino/only-god-forgives-nicolas-winding-refn-im-interview-a-911669.html> (Abgerufen am 15.09.2016)

159 Variety: "'Hobbit' Trilogy Has Cost \$561 Million So Far" (2013) - <http://variety.com/2013/film/news/hobbit-trilogy-has-cost-561-million-so-far-1200694351/> (Abgerufen am 15.09.2016)

561 Millionen Dollar, Umrechnungskurs vom 10.10.2016

160 IMDb zu "Twelve Monkeys" <http://www.imdb.com/title/tt0114746/> (Abgerufen am 15.09.2016)

30 Millionen Dollar, Umrechnungskurs vom 10.10.2016

161 UNESCO Institute for Statistics: "EMERGING MARKETS AND THE DIGITALIZATION OF THE FILM INDUSTRY - An analysis of the 2012 UIS International Survey of Feature Film Statistics" (2013), S. 11 <http://www.uis.unesco.org/culture/Documents/IP14-2013-cinema-survey-analysis-en.pdf> (Abgerufen am 15.09.2016)

5.3 Filmfinanzierung und Making-ofs

Um einen Film zu finanzieren bedarf es einiger Anstrengung. Filme werden meist als Projekt finanziert und müssen sich somit selbst tragen.¹⁶² Dabei gibt es einen großen Unterschied zwischen Europa und den USA. In den USA werden die meisten Filmprojekte von einem der großen Studios finanziert, welche somit die Risiken tragen, aber auch die gesamten Gewinne erhalten. In Deutschland hingegen wird mit verschiedenen Mitteln und Fraktionen finanziert. So sind meist Produzent, Verleiher und Fernsehsender an der Finanzierung beteiligt. Ein weiterer, recht großer Teil wird über Förderungen abgedeckt.¹⁶³

Darüber hinaus gibt es verschiedene Möglichkeiten den Film zu refinanzieren, das heißt, Einnahmen aus der Verwertung des Films zu generieren.¹⁶⁴ Diese zusätzliche Verwertung des Films ist neben Erlösen aus Kino und DVD-Vermarktung nötig geworden, da die meisten Filme nur so komplett finanziert werden können und Gewinne generieren.¹⁶⁵

Zur Refinanzierung zählen Merchandising, Licensing und das Product Placement. Beim Merchandising lässt der Filmhersteller selbst verschiedenste Artikel mit Motiven des Films produzieren und verkauft diese. Das Licencing verschiebt die Produktion und den Verkauf auf andere Personen. Diese kaufen sich vom Filmhersteller eine Lizenz. Der Filmhersteller ist an allen weiteren Erlösen nicht beteiligt.¹⁶⁶ Beim Product Placement werden Marken oder Produkte im Film platziert. Diese Form der Werbung wird vom Verbraucher auch als Schleichwerbung bezeichnet. In den USA werden so ca. 15 % des Filmbudgets finanziert. In Deutschland ist diese Form der Werbung im Fernsehen erst seit 2010 mit dem in Kraft treten des 13. Rundfunkstaatsvertrags erlaubt.¹⁶⁷ Hier ist der Anteil des Budgets deutlich geringer. Um die 100 Millionen Euro könnten es jedoch sein.¹⁶⁸ In „Operation Undersea“ wurde wahrscheinlich auch Geld durch Product Placement verdient. So wurde während dieses Making-of die

162 Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung" (2012), S. 37

163 Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung" (2012), S. 38f

164 Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung" (2012), S. 37

165 Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung" (2012), S. 173

166 Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung" (2012), S. 174

167 Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung" (2012), S. 176

168 Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung" (2012), S. 176f

Kameras der Firmen Mitchell und Leica vorgestellt sowie Tauchausrüstung der Firma Aqua-Lung.¹⁶⁹ Auf gleiche Weise könnte so das Product Placement von Filmen auf das Making-of erweitert werden. Auch können weitere Firmen für Film Equipment hinzugezogen werden. So wurde im Produktions-Blog zu „The Hobbit“ erklärt, wie die 3D Technik funktioniert und dass mit 48 Red-Kameras gearbeitet wird.¹⁷⁰

Die Wirksamkeit von Product Placement wurde in einer Studie im Jahr 2015 von der ProSiebenSat.1 Media AG untersucht und ergab, dass eine Kombination aus Product Placement und klassischen Werbespots eine große Wirkung auf das Kaufverhalten haben. Die Untersuchung bezog sich hier auf einen Fernseh-Spielfilm.¹⁷¹

Damit könnte das Product Placement eine weitere Möglichkeit für das Making-of sein, sich selbst zu finanzieren. Gerade dokumentarische Making-of können daher wertvoll sein, da sie mehr Werbefläche bieten. Dies müsste jedoch für den Einzelfall untersucht und ausgearbeitet werden.

Eine relativ neue Methode zur Finanzierung bietet das Crowdfunding. Hierbei wird die „Crowd“, also die Allgemeinheit, zur Unterstützung eines Projekts aufgefordert. Jeder der möchte kann so einen kleinen Beitrag zum Projekt leisten. Je nach Höhe des Beitrags bekommt der Unterstützer eine kleine Gegenleistung. Bei Filmen ist dies meist der fertige Film als Download oder DVD/Blu-ray. Heute gibt es verschiedene Plattformen, um nationale und internationale Kampagnen zu starten. Um das Finanzierungsziel zu erreichen, ist eine starke Kommunikation mit den Unterstützern sehr wichtig. Diese wollen über alle Neuigkeiten informiert werden. Dazu gibt es zum Beispiel auf der Plattform „Kickstarter“ die Möglichkeit Updates zum Status des Projekts zu veröffentlichen.¹⁷²

So können Filme wie zum Beispiel „Iron Sky“(2012) finanziert werden. Das gesamte

169 Sterritt, David: "Operation Undersea (1954)" (o. J.) - www.tcm.com/tcmdb/title/2075304/Operation-Undersea/articles.html (Abgerufen am 16.09.2016)

170 "Making Of "The Hobbit: An Unexpected Journey" Full | All of Production Blogs 1-9" - <https://www.youtube.com/watch?v=qWuJ3UscMjk> (Abgerufen am 16.09.2016)

171 Sevenonemedia: "Product Placement im Spielfilm" (2015) - <https://www.sevenonemedia.de/documents/20182/352167/Product+Placement+im+Spielfilm+tropo.pdf/4f83f26e-6204-4505-9773-d2df8fa05aa4> (Abgerufen am 06.10. 2016)

172 Die Plattform Kickstarter und wie sie funktioniert: <https://www.kickstarter.com/learn?ref=nav> (Abgerufen am 28.09.2016)

Budget lag bei rund 7,5 Millionen Euro¹⁷³, von denen 900.000 Euro¹⁷⁴ über das Crowdfunding finanziert wurden. Für den Nachfolger „Iron Sky: The Coming Race“ (2017) wurden etwa 580.000 Euro¹⁷⁵ über Crowdfunding gesammelt. Das gesamte Budget beläuft sich auf etwa 15 Millionen Euro.¹⁷⁶

Crowdfunding ist also eine gute Möglichkeit um einen Film, zumindest zum Teil, zu finanzieren. Zudem bietet es die Möglichkeit, mit Fans und potenziellen Fans in Kontakt zu kommen. So könnte ein Film durch das Crowdfunding schon zu einem frühen Produktionszeitpunkt beworben werden. Um die Unterstützer stets auf dem Laufenden zu halten, bietet sich ein simultanes Making-of an. Wie ein Produktions-Blog könnte eine Serie von Clips produziert werden um verschiedene Informationen zu verbreiten. Die Erlöse aus dem Crowdfunding könnten des Weiteren genutzt werden, um ein ausführliches Making-of zu produzieren, das die gesamte Produktion dokumentiert. Auch wäre es denkbar, eine Crowdfunding-Kampagne ausschließlich für das Making-of zu einem Film zu starten. Wie hoch die Chancen auf den Erfolg eines solchen Projekts wären, lässt sich jedoch nicht sagen.

Im besten Fall könnte sich das Making-of jedoch über das Crowdfunding selbst tragen und zusätzlich Werbung für den späteren Film darstellen. Mit solch einer zusätzlichen Finanzierung könnte es je nach Projekt auch möglich sein, ein Making-of zu produzieren, welches als eigenständiger Dokumentarfilm einen Mehrwert hat. Dies sind jedoch theoretische Überlegungen, die erprobt und genauer kalkuliert werden müssten.

173 IMDb zu "Iron Sky" - http://www.imdb.com/title/tt1034314/?ref_=fn_al_tt_1 (Abgerufen am 15.09.2016)

174 Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung" (2012), S. 188

175 648,640 US\$, Umrechnungskurs vom 10.10.2016

176 "Iron Sky The Coming Race" auf Indiegogo - <https://www.indiegogo.com/projects/iron-sky-the-coming-race-film#/> (Abgerufen am 15.09.2016)

17 Millionen Dollar, Umrechnungskurs vom 10.10.2016

5.4 Die Verwertungskette eines Films und die Rolle des Making-of

Die Verwertungskette eines Films hat sich in den letzten Jahren verändert. Das „Windowing“ also die Reihenfolge in welcher ein Film in verschiedenen Formen ausgewertet wird, wurde durch einige Elemente erweitert (Abb. 10).

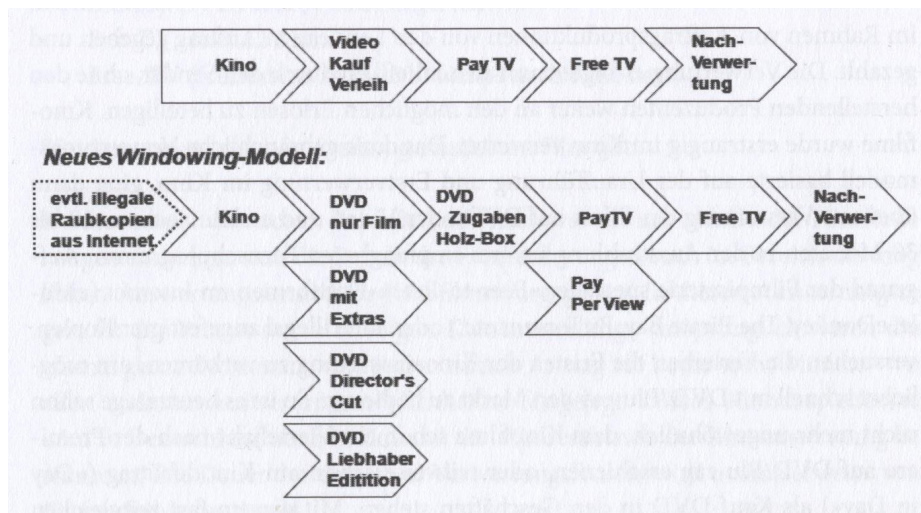


Abbildung 10: Verwertungskette aus Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung" (2012), S.83

So wurde die Videoauswertung durch DVD/Blu-ray ersetzt und es wird zwischen verschiedenen Versionen von Verkaufs DVDs/Blu-rays unterschieden. Diese werden teilweise nacheinander, teilweise parallel angeboten. Mit dem so genannten „Versioning“ werden verschiedene Editionen für verschiedene Zielgruppen angeboten. „Windowing“ wird betrieben, um so genannte „Kannibalisierungseffekte“¹⁷⁷ zu vermeiden.

Früher war ein Film für etwa sechs Monate im Kino zu sehen. Heute sind es drei bis vier Monate.¹⁷⁸ Dreamworks-CEO Jeffrey Katzenberg sagt sogar voraus, dass die Kinoauswertung in zehn Jahren nur noch drei Wochen dauern soll. Er begründet seine Prognose damit, dass in den ersten drei Wochen bei 98 % der Filme 95 % der

¹⁷⁷ Bei einer zeitlichen Überschneidung der Auswertungsformen können sich diese gegenseitig die Einnahmen mindern.

¹⁷⁸ Menon, Prashob: "Saving Cinema: The Declining State of the Movie Theatre" (2015) - <http://iveybusinessreview.ca/blogs/pmenonhba2010/2015/01/19/price-admission-decline-movie-theatres/> (Abgerufen am 15.09.2016)

Einnahmen erwirtschaftet werden.¹⁷⁹ Wenn diese Prognose Wirklichkeit wird, würde damit die Kinokultur erheblich leiden und Kinofilme würden, mehr als schon heute, zu einer kommerziellen Massenware. Was heute in den USA durchaus schon gemacht wird, ist die DVD direkt zum Kinostart anzubieten. In Deutschland wird von dieser Methode bisher noch abgesehen.

„Windowing“ und „Versioning“ spielen auch für das Making-of eine Rolle. So können diese als einfache 20-Minüter auf die Standard-Film-DVD gebracht werden und je nach Projekt ein langes dokumentarisches making-of auf eine gesonderte Special Edition.

Da die Distribution eines Films im Vergleich zur Herstellung günstig ist¹⁸⁰ und das Making-of auf verschiedenen Wegen verwertet werden kann, könnte sich hier eine Chance bieten, eine weitere Quelle zur Refinanzierung zu schaffen.

Die Refinanzierung eines Films kann sich über mehrere Jahre ziehen,¹⁸¹ was dem Making-of auch eine Chance bietet, sich zumindest selbst zu tragen. Auch wenn der Verkauf einer DVD für den Produzenten bei einem Gewinn von ca. 1,40 € - 2,00 € recht niedrig ist, bleiben DVD und Blu-ray in der Videoauswertung die Spitzenreiter mit 85 % der Umsätze. Die digitalen Angebote verzeichnen in Deutschland im Vergleich zu 2015 einen Zuwachs von 29 % und machen somit einen Anteil von 15 % des gesamten Umsatzes aus.¹⁸²

In den USA hat sich die Umsatzverteilung der einzelnen Verwertungsfenster noch deutlicher verschoben. So ist zu sehen, dass der Home Entertainment-Anteil gesunken, der Anteil des Pay-Per-View¹⁸³ jedoch deutlich angestiegen ist (Abb. 11).

179 Cheney, Alexandra: "Jeffrey Katzenberg Predicts 3-Week Theatrical Window in Future" (2014) - <http://variety.com/2014/film/news/jeffrey-katzenberg-predicts-3-week-theatrical-window-in-future-1201166052/> (Abgerufen am 06.10.2016)

180 Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung" (2012), S. 83

181 Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung" (2012), S. 34

182 BUNDESVERBAND AUDIOVISUELLE MEDIEN e.V. : "Deutsche Videomarktdaten 1. Halbjahr 2016" (2016) - http://www.bvv-medien.org/fileadmin/user_upload/pressemitteilungen/Pressemitteilung_1_Hj_2016_03.08.2016_V2.pdf (Abgerufen am 16.09.2016)

183 Beim Pay- Per- View wird, wie der Name schon sagt für eine bestimmte Sendung gezahlt, welche zu einem bestimmten Zeit gesendet wird.

	1980	2000	2010
Kino-Erlös	75%	34%	30%
Home Entertainment	5%	40%	20%
TV	18%	20%	20%
Pay-per-View	2%	4%	20%
Internet, Mobile, Merchandising	0%	2%	10%

Abbildung 11: Erlöse in den USA aus Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung" (2012), S.83

5.5 Video on Demand und das Making-of

Noch aktueller als Pay-per-View ist das Modell des Video on Demand (kurz VoD), bei dem ein Film jederzeit gegen eine Gebühr online abrufbar ist. Auf diesem Gebiet stieg in den USA der Umsatz im 1. Quartal 2016 um 19 % im Vergleich zum Vorjahr.¹⁸⁴ Es gibt verschiedenste VoD-Plattformen mit unterschiedlichen Angeboten. Diese Möglichkeit der Distribution wird heute meist nach der DVD/Blu-ray-Auswertung eingesetzt. Diese Struktur wird aber auch immer wieder gebrochen. So möchte das Unternehmen Paramount seine Filme in den USA schon kurz nach Kinostart als VoD anbieten, um Raubkopien vorzubeugen. Paramount Vize-Aufsichtsratschef Rob Moore geht davon aus, dass diese Methode den Umsatz der Kinos nicht verändern, den Gesamtumsatz jedoch steigern wird.¹⁸⁵ Von Seiten der Kinobetreiber wurde dieses Vorgehen kritisiert. Sie sorgen sich um ihre Einnahmen und um die Kinokultur. Noch drastischer will die Plattform „The Screening Room“ vorgehen. Hier soll ein Kinofilm für 50 Dollar schon zu Kinostart zur Verfügung gestellt werden. Der Nutzer kann den Film dann innerhalb von 48 Stunden schauen. Die Kinobetreiber sollen an diesem Geschäft beteiligt werden. Ihnen sollen bis zu 20 Dollar aus dem Verleih zukommen.¹⁸⁶

184 (o. V.): "US-Videomarkt wird immer digitaler - Gesamtumsatz im 1. Quartal 2016 leicht im Minus" (2016) - <http://www.bluray-disc.de/blu-ray-news/allgemein/97825-us-videomarkt-wird-immer-digitaler-gesamtumsatz-im-1-quartal-2016-leicht-im-minus> (Abgerufen am 16.09.2016)

185 Mayr, Stefan: "Neue Verwertungskette - Paramount-Filme kurz nach Kinostart als VoD verfügbar" (2015) - <https://www.entertainweb.de/movies/kino/news/item/3849-paramount-filme-kurz-nach-kinostart-als-vod-verfuegbar.html> (Abgerufen am 06.10.2016)

186 Berliner Film-Blog des BAF e.V. Von 21.03.2016: "Online Premiumdienste sollen Kino-Zeitfenster retten" <http://baf-berlin.de/blog/index.php?archives/3727-Online-Premiumdienste-sollen-Kino-Zeitfenster-retten.html> (Abgerufen am 16.09.2016)

Es ist zu erkennen, dass sich die Verwertungskette im Wandel befindet und neue Technologien immer stärkeren Einfluss gewinnen. Es kann davon ausgegangen werden, dass VoD in Zukunft eine größere Rolle spielt. Heute nutzen 16 % der Deutschen kostenpflichtige VoD Dienste. Europaweit sind es rund 11 %. Und der Wunsch nach mehr VoD-Anbietern ist groß.¹⁸⁷

Somit ist es für die Filmbranche wichtig, sich um VoD zu kümmern, auch wenn bisher noch 41 % der Deutschen das Kabelfernsehen und 18 % das Satellitenfernsehen nutzen.¹⁸⁸

// Erlösmodelle im Video on Demand

Der Anbieter kann sich die Filmrechte zu einem Fixpreis sichern und somit nach der Einmalzahlung den Film auf seiner Plattform auswerten. Auch der Kauf von ganzen Filmpaketen durch den VoD-Anbieter ist möglich. Die Preise für die Lizenzen zur Auswertung hängen dabei vom Erfolg des jeweiligen Films in der Kinoauswertung ab. Eine weitere Alternative ist, dass der Anbieter den Produzenten an den Gewinnen aus der VoD-Auswertung beteiligt. Dabei fallen keine weiteren Kosten durch den Kauf von Lizenzen an.¹⁸⁹

Der Anbieter Pentaflix bietet eine sehr einfache Methode, um Filme auf der Plattform anzubieten. Jeder Filmemacher hat die Möglichkeit, seine Arbeit hoch zu laden und einen eigenen Preis dafür festzulegen. Weitere Kosten entstehen laut Plattformwebsite nicht. Es wird pro Buchung abgerechnet, wobei 75 % an den Hersteller gehen und 25 % bei Pentaflix verbleiben.¹⁹⁰ Auf Anfrage hat Pentaflix auch bestätigt, Interesse an Making-of zu haben. Es habe aber bisher noch kein Filmproduzent eines hochgeladen.¹⁹¹

187 Nielsen Holdings, Untersuchung von 03.2016: "Video on demand - How worldwide viewing Habits are changing in the evolving media landscape" (2016) - www.nielsen.com/de/de/press-room/2016/nielsen-video-on-demand.html (Abgerufen am 16.09.2016)

188 Nielsen Holdings, Untersuchung von 03.2016: "Video on demand - How worldwide viewing Habits are changing in the evolving media landscape" (2016) - www.nielsen.com/de/de/press-room/2016/nielsen-video-on-demand.html (Abgerufen am 16.09.2016)

189 Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung" (2012), S. 104f

190 VoD Plattform Pentaflix.com - <https://www.pentaflix.com/about-filmmakers> (Abgerufen am 16.09.2016)

191 Mail von Pentaflix im Anhang S. 139

Im Falle des Making-of besteht hier eine kostengünstige Möglichkeit, dieses anzubieten. Auf anderen VoD-Plattformen könnte es zum einen als Zusatz zum jeweiligen Film, zum Beispiel mit einem kleinen Aufpreis, angeboten werden und im Fall von langen, dokumentarischen Making-of ist unter Umständen eine Auswertung als eigener Film möglich.

5.6 Werbemaßnahmen

Zur Filmvermarktung müssen große Anstrengungen und Geldmittel aufgebracht werden, um potenzielle Nutzer auf das Angebot aufmerksam zu machen.¹⁹² Für eine Werbekampagne steht ein ganzes Arsenal an Mitteln zur Verfügung, die in den verschiedensten Kombinationen eingesetzt werden können. Dazu zählen Poster, TV-Spots, Radio Spots, Teaser/Trailer, Making-ofs, Online-Spots, Publicity, Promotion, Merchandising, Cross Promotion, Preview Vorführungen, Festivals und natürlich die Premiere des Films.¹⁹³

Um nicht zu sehr vom Kernthema abzuschweifen, werden im Folgenden nur einige Elemente behandelt, die entweder das Making-of direkt betreffen oder für dokumentarische Making-of von Bedeutung sein können.

Während der Filmproduktion können simultane Making-ofs¹⁹⁴ eingesetzt werden, um das Interesse der Öffentlichkeit zu mehren und die Fans des Films mit den neuesten Informationen zu versorgen. Somit kann schon sehr früh damit begonnen werden, Werbung für den Film zu machen. Zudem sind diese Einblicke hinter die Kulissen auch nach Fertigstellung des Films noch für Fans interessant.

Weitere werbliche Making-of¹⁹⁵ können kurz vor Filmstart als erweiterte Trailer auf verschiedenen Internetplattformen und im TV platziert werden.

„Sollte die Chance gegeben sein, einen oder mehrere Sender für die Ausstrahlung dieses Materials zu gewinnen, lohnt sich der Aufwand auf jeden Fall.“ (Vgl.

¹⁹² Auer, Manfred: "Top oder Flop? Marketing für Film- und Fernsehproduktionen" (2000), S. 55ff

¹⁹³ Winners, Jörg: "Marketing" (o. J.) - <http://winners.gmxhome.de/marketing.htm> (Abgerufen am 16.09.2016)

¹⁹⁴ Simultane Making-of Siehe S.17

¹⁹⁵ Werbliche Making-of Siehe S. 20

Neunzerling, Felix; „Presse und PR für Filmproduktionen“ S.69)

Der werbliche Nutzen des Making-of kann eben dadurch gesteigert werden, indem mit Sendern kooperiert wird. So können auch die Kosten mit vom Sender getragen werden.¹⁹⁶

Das Ergebnis einer Befragung im Rahmen einer Doktorarbeit aus dem Jahr 2008 bestätigt, dass das Making-of im Marketing eine wesentliche Rolle spielt. Befragt wurden hier Kinoverleihe und Kinofilmproduktionen zu den Problemen des deutschen Kinofilms und möglichen Lösungs- und Optimierungsansätzen. So sehen sowohl die Mehrheit aus dem Bereich Arthouse als auch Mainstream das Making-of als Werbe- und Pressemaßnahme als wichtig an.¹⁹⁷ Ein großes Problem des deutschen Kinofilms sei die zu geringe Budgetierung, auch im Vergleich zu der weit überlegenen Konkurrenz aus den USA. Somit fehlt es insgesamt am Budget um einen Kinofilm zu produzieren, der sich deutlich von Fernsehfilmen abhebt. Zudem sei das Marketing durch die begrenzten Mittel nur beschränkt handlungsfähig. Ein Lösungsansatz sei hier, mehr Budget für das Marketing einzuplanen, um hochwertigere Werbemaßnahmen durchzuführen.¹⁹⁸

So wird im Interview mit einer Filmmarketingagentur auch gesagt: *„Und was auch ganz wesentlich ist, dass die Instrumente, die später für die Vermarktung benötigt werden – zum Beispiel Fotos, Making of etc. – besser und professioneller begleitet werden, indem zum Beispiel ein Standfotograf engagiert und gut bezahlt wird – denn das ist es wert – . (...)“* und weiter: *„(...) Das heißt, es sollte in diesen Bereich generell mehr investiert werden. Und dabei geht es nicht in erster Linie um das Geld, sondern um die Haltung und um das Wissen der Wichtigkeit dieser Dinge (...). Pressearbeit und Set-Publicity sollten wie die Fahrer oder die Ausstattung als Teil der Produktion angesehen und entsprechend vorbereitet, begleitet und kontrolliert werden. Denn was während des Drehs nicht gemacht wird, ist später schwer nachzuholen. (...)“* (Vgl.: Backen, Inga: "Theorie und Praxis des Kinofilmmarketing Professionelles Marketing durch Produktions- und Verleihunternehmen" (2008) S.415).

196 Neunzerling, Felix; „Presse und PR für Filmproduktionen“ (1998), S.72

197 Backen, Inga: "Theorie und Praxis des Kinofilmmarketing Professionelles Marketing durch Produktions- und Verleihunternehmen" (2008), S.264

198 Backen, Inga: "Theorie und Praxis des Kinofilmmarketing Professionelles Marketing durch Produktions- und Verleihunternehmen" (2008), S.404f

Im direkten Vergleich zeigt sich der Unterschied zwischen Deutschland und den USA. In den USA werden für einen internationalen Kinofilm 27 Millionen Euro¹⁹⁹ für das Marketing in den USA und Kanada ausgegeben und nochmal so viel für das weltweite Marketing. In Deutschland muss das Marketing mit etwa einer Million Euro bestritten werden.²⁰⁰ Da ist es verständlich, dass aufwendige Making-of in Deutschland weniger produziert werden.

Ein weiteres Element im Marketing, welches auch in bestimmten Fällen für das Making-of interessant werden könnte, ist das Filmfestival. Filme, welche auf Festivals mit Preisen ausgezeichnet werden, können damit beworben werden. Sie wirken somit interessanter für das Publikum.²⁰¹

Um ein Making-of vermarkten zu können, muss es in einer Qualität produziert werden, dass es als eigenständiger Dokumentarfilm einen Mehrwert hat. So gewann, wenn es auch ein extremes Beispiel ist, „Lost in La Mancha“ den „Peter Sellers Award for Comedy“ sowie den „Golden Satellite Award“ für die beste DVD Dokumentation.²⁰² „Hearts of Darkness“ gewann gleich sieben Preise²⁰³ und auch „Lost Soul“ gewann immerhin zwei kleinere Preise.²⁰⁴ Und schon Disney gewann mit „Operation Undersea“ einen Emmy.²⁰⁵ Auch wenn es sich hier um sehr spezielle Fälle handelt, könnte es ein angestrebtes Ziel werden, Making-ofs auch im Hinblick auf Filmfeste zu produzieren.

199 31 Millionen Dollar, Umrechnungskurs vom 10.10.2016

200 Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung" (2012), S. 33

201 Vgl. Panetta, Roxana: "<<Gladiator - Das ist Titanic von 2001!>> Das Konzept der Qualität in der Vermarktung von Filmen" In: Hediger, Vinzenz: "Demnächst in Ihrem Kino" (2005), S. 235 und Winners, Jörg: "Marketing" (o. J.) - <http://winners.gmxhome.de/marketing.htm> (Abgerufen am 16.09.2016)

202 IMDb zu "Lost in La Mancha" - http://www.imdb.com/title/tt0308514/awards?ref_=tt_awd (Abgerufen am 16.09.2016)

203 IMDb zu "Hearts of Darkness" - http://www.imdb.com/title/tt0102015/awards?ref_=tt_awd (Abgerufen am 16.09.2016)

204 IMDb zu "Lost Soul" - http://www.imdb.com/title/tt3966544/awards?ref_=tt_awd (Abgerufen am 16.09.2016)

205 Sterritt, David: "Operation Undersea (1954)" (o. J.) - <http://www.tcm.com/tcmdb/title/2075304/Operation-Undersea/articles.html> (Abgerufen am 05.09.2016)

5.7 Die Auswertung eines dokumentarischen Making-of

Wird ein Making-of geplant, muss, wie bei jeder Medienproduktion, klar sein, für welches Medium und welchen Zweck es verwendet wird.²⁰⁶ Werbliche Making-of werden fast immer standardmäßig produziert und das EPK auf jeden Fall.²⁰⁷ Umfangreichere dokumentarische Making-of, welche die gesamte Filmproduktion begleiten, werden, jedenfalls in Deutschland selten gemacht, da sie teuer sind. In den USA finden sich dagegen mehr Beispiele für lange dokumentarische Making-of, wie in Kapitel 4 zu sehen ist. Da für Making-ofs auf jeden Fall Geld ausgegeben wird, sollte hier mehr investiert werden, um das bestmögliche Ergebnis zu erzielen. Eines der wenigen Beispiele zu langen dokumentarischen Making-of aus Deutschland ist der Dokumentarfilm „Making of Heimat“. Dieser wurde in Kooperation mit dem BR/SWR Fernsehen produziert und durch den FFF Bayern²⁰⁸ gefördert. Die Dokumentation wurde dementsprechend im Fernsehen ausgestrahlt und hatte ihre Uraufführung bei den Internationalen Hofer Filmtagen.²⁰⁹

// Making-of im Kino und auf Filmfesten

Für die Kinoauswertung dürfte das Zielpublikum zu klein sein und ob Programmkinos an solchen Filmen Interesse hätten, müsste weiter untersucht werden.

Für Filmfeste hingegen kann ein gut gemachtes dokumentarisches Making-of durchaus interessant sein.

// Making-of auf DVD/Blu-ray

Die besten Chancen zur Vermarktung hat ein dokumentarisches Making-of als Zusatz auf einer DVD oder Blu-Ray. Auf Grund der großen Speicherkapazität einer Blu-Ray können hier auch 60-90 Minuten Making-of untergebracht werden. Als Teil einer „Special Edition“ bietet das Making-of einen zusätzlichen Kaufanreiz für Fans und Filminteressierte. Als eigenständige DVD könnte es das Making-of vor allem in Deutschland eher schwer haben, da die Zielgruppe klein ist. Dafür ist die Produktion

206 Auer, Manfred: "Top oder Flop? Marketing für Film- und Fernsehproduktionen" (2000), S. 65

207 Vgl Wagner, Stephanie :Interview vom 24.08.2016, Anhang S. 125

208 FilmFernsehFond - <http://www.fff-bayern.de/> (Abgerufen am 06.10.2016)

209 Website von if... Productions zu "Making of Heimat" - <http://www.ifproductions.de/Projekte/MAKING%20OF%20HEIMAT/> (Abgerufen am 17.09.2016)

zu teuer und die Verleiher haben zum Teil kein Interesse daran, diese zu produzieren. So berichtet Stephanie Wagner von ihren Erfahrungen mit dem Film „Der Bernd“ (2012), eine Dokumentation über Bernd Eichinger. Eine aufwendige Produktion, die sowohl auf Filmfesten als auch bei der Presse sehr gute Rückmeldung brachte. Schlussendlich wurde der Film nur im Rahmen der DVD-Kollektion Bernd Eichinger verwendet. Constantin Film hat dementsprechend wenig Interesse Making-ofs als Einzel-DVD zu vermarkten.²¹⁰

// Making-of für TV

Für das Fernsehen können lange dokumentarische Making-of durchaus interessant sein, wie „Making of Heimat“ zeigt, bei dem der BR am Film und am Making-of beteiligt war.²¹¹ Nach Aussage der ARD sind Making-of im Programm eher weniger von Bedeutung. Hier finden sich lediglich in der Mediathek viele kleine Einblicke hinter die Kulissen verschiedener Sendungen.²¹²

Der Sender 3Sat ist hier offener und gibt an: *„Etwas ganz anderes sind die von Ihnen genannten Dokumentarfilme zu „Apocalypse Now“ oder dem gescheiterten Terry-Gilliam-Projekt, die selbst schon wieder cineastischen Charakter haben und tatsächlich eine fundierte, eigene Auseinandersetzung mit den Filmen und ihrer Entstehungsgeschichte darstellen. Solche Filme liefen bereits in 3sat und könnten im entsprechenden Programmkontext auch immer noch gezeigt werden.“* (Marsilius, Jörg, Email vom 15.09.2016).²¹³

// Making-of für Video on Demand

Die neuen Medien, vor allem die Online Distribution von Filmen könnte, wie schon erläutert, für lange dokumentarische Making-of durchaus interessant sein. Die VoD-Abteilung von Constantin Film hat jedoch weniger Interesse an Making-ofs: *„Wir haben eine immer größer werdende VoD Abteilung im Haus und ich habe mit denen auch schon gesprochen und gefragt ob sie das nicht mit anbieten wollen, aber es*

210 Vgl Wagner, Stephanie :Interview vom 24.08.2016, Anhang S. 125

211 IMDb zu "Die andere Heimat" - http://www.imdb.com/title/tt1998204/companycredits?ref_=tt_dt_co
und Website von if... Productions zu "Making of Heimat" - <http://www.ifproductions.de/Projekte/MAKING%20OF%20HEIMAT/>

212 Mail von ARD Anhang S. 139

213 Anhang S. 139

war nie groß Thema bei denen.“ (Vgl Wagner, Stephanie: Interview vom 24.08.2016). In Deutschland gibt es eine große Auswahl an weiteren Anbietern, die mehr Interesse haben, Making-of in ihr Programm aufzunehmen. So geben die Anbieter Amazon, Pantaflix und Videociety an, Making-of im Programm zu haben oder aufnehmen zu wollen. Sie seien eine gute Erweiterung des Programms und werden von den Nutzern gern gesehen, auch wenn sie nicht die Filme mit den meisten Aufrufen sind. Im Falle von Videociety sei die Voraussetzung, dass keine weiteren Lizenzkosten anfallen.²¹⁴ Dies könnte jedoch, wie bei Pentaflix, auf eine andere Weise gelöst werden.

// Nicht fertige Filme

Werden Filme nicht fertiggestellt, so erfährt die Öffentlichkeit nur selten davon. Ein nicht fertiggestellter Film hat keinen Wert.²¹⁵ Je nach Stand des Projekts kann die Produktion eines Making-of hier interessant werden, wie „Lost in La Mancha“ demonstriert. Wenn das Making-of von Anfang an eingeplant ist und die Produktion früh begleitet, können sich daraus interessante Filme ergeben, auch wenn das Projekt scheitern sollte.

6. Elemente eines guten dokumentarischen Making-of

Für die Fallstudie soll nochmals kurz zusammengefasst werden, welche Elemente ein gutes dokumentarisches Making-of begünstigen können.

// Regisseur und Team sind einverstanden/ Making-of-Team dauerhaft vor Ort

Der wichtigste Aspekt ist, dass der Regisseur und das Team es zulassen und wollen, dass ein Making-of Team vor Ort ist.²¹⁶ Genau so wichtig ist, dass das begleitende Filmteam für die gesamte Dauer der Produktion dabei ist. Dadurch können sie ein

214 Vgl. Antworten der VoD anbieter im Anhang S. 139

215 Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung" (2012), S. 33f

216 Vgl. Interview mit Stephanie Wagner, Anhang S. 125

Und Vgl. Interview Larissa Trüby, Anhang S. 121

gutes Verhältnis zu allen Personen am Set aufbauen²¹⁷, was zu interessanten Einsichten und Geschichten führen kann.

// Wirtschaftliche Voraussetzungen

Um ein Filmteam dauerhaft an der Produktion zu belassen, muss der wirtschaftliche Aspekt bedacht werden. Entweder handelt es sich um eine sehr große Produktion mit einem entsprechenden Budget, dass die Extra-Ausgaben tragen kann²¹⁸, oder ein Mitglied der Produktion kann das Making-of mit übernehmen. So zum Beispiel geschehen bei „Das Parfum“ von Tom Tykwer, bei dem Larissa Trüby als Assistentin von Tykwer vor Ort war und das Making-of produzierte²¹⁹.

// Aufwendige Drehs und exotische Orte

Wirtschaftlich starke Produktionen können sich zudem anbieten, da aufwendige Dreharbeiten mehr Potenzial für interessante Bilder und spannende Situationen bieten. Da im Vorfeld schon abzusehen ist, wie aufwendig eine Produktion wird und welche Herausforderungen überwunden werden müssen, kann dadurch abgelesen werden, ob ein Making-of interessant ist.²²⁰ So kann bei einem Film wie „Fitzcarraldo“, bei dem von vornherein klar ist, dass ein Schiff über einen Hügel im Dschungel gezogen wird, davon ausgegangen werden, dass sich daraus eine interessante Geschichte entwickelt.

// Potential von Regisseur und Schauspieler

Die menschliche Komponente spielt eine sehr wichtige Rolle. Mit Blick auf die hier angeführten Making-ofs scheint Marlon Brando als Naturgewalt unter den Stars ein Garant zu sein, dass sich während der Produktion Konflikte entwickeln. Auch ein Regisseur wie Terry Gilliam, bietet ein sehr großes Potenzial für interessante Geschichten.

Als zusätzliche Ebene bietet sich der Regisseur auch an, um eine Art Portrait über diesen zu machen auf Grundlage der Dreharbeiten des aktuellen Films. Es gilt also

217Vgl. Interview mit Stephanie Wagner, Anhang S. 125

Und Vgl. Interview Larissa Trüby, Anhang S. 121

218Vgl. Interview mit Stephanie Wagner, Anhang S. 125

219Vgl. Interview Larissa Trüby, Anhang S. 121

220 Vgl. Interview mit Stephanie Wagner, Anhang S. 125

Schauspielern und Regisseure zu kennen, um abzuschätzen, welche Möglichkeiten ein Making-of bietet.

// Konflikte

Konflikte gehören zu einer guten Geschichte. Dabei müssen es keine Konflikte im Team sein, wie in „Lost Soul“, sondern können auch durch äußere Umständen bedingt sein wie in „Burden of Dreams“ oder gar durch innere wie in „Hearts of Darkness“. Wobei letzteres nur sehr schwer im Vorfeld erkannt werden kann.

// Themen und Diskurse

Wie die genannten Beispiele zeigen, lassen sich die von Hediger genannten Diskurse nur teilweise in den Making-ofs wiederfinden. Sie haben also keine uneingeschränkte Gültigkeit. Die häufigste Ausprägung, die sich beobachten lässt, ist ein starker Autorendiskurs mit wenig Fokus auf Technik, Stars und industrielle Produktion. Eine optimale Kombination von Diskursen hängt jedoch vom Film und dem gewählten Fokus des Making-of ab. Je nach Film, Regisseur und Schauspielern können weitere Hintergrundinformationen den Film bereichern und dem Zuschauer einen weiteren Mehrwert bieten.

// Dramaturgie

Die Dramaturgie des Making-of folgt im Großen und Ganzen dem Produktionsablauf des Films. Die Dreharbeiten bieten am meisten spannende und eindrucksvolle Szenen, aber je nach Fokus kann eine Ausdehnung auf den gesamten Produktionsprozess auch interessant sein.

7. „The Dark Tower“ - Ein Konzept zur möglichen Verwendung von Making-ofs

Im Folgenden werden die verschiedenen Möglichkeiten zur Auswertung von Making-of zu einem Film beleuchtet. Als Beispiel soll der Film „The Dark Tower“ dienen, der Anfang 2017 erscheint. Es handelt sich in diesem Kapitel um theoretische Überlegungen auf Grundlage der vorhergegangenen Arbeit. Die wirkliche Machbarkeit, auch finanziell, müsste im einzelnen genauer untersucht werden.

7.1 *The Dark Tower*

„The Dark Tower“ ist eine achteiligen Romanserie von Stephen King aus den Jahren 1982-2004²²¹. Neben den Büchern gibt es einige Comics²²² und ein Spiel, dass im Browser gespielt werden kann.²²³ Die Buchserie stellt Kings Lebenswerk dar und hat eine große Fangemeinde.²²⁴

// Die Geschichte der Romanserie „Der Dunkle Turm“

Die Geschichte des dunklen Turms spielt in Mittwelt. Einer parallelen Welt, in der Elemente des Mittelalters und Western miteinander vermischt werden. Sie wird auch als postapokalyptische Welt bezeichnet in der es sowohl Wissenschaft als auch Magie gibt. In dieser Welt befindet sich der schwarze Turm, der das Zentrum des gesamten Raum-Zeit-Kontinuums bildet. Er steht in einem Meer aus singenden Rosen. Der Turm droht zerstört zu werden und der Revolvermann Roland Deschain ist auf dem Weg, um dies zu verhindern.²²⁵ Die Geschichte beginnt mit dem Satz:

221 Wikipedia Eintrag zu "The Dark Tower" Romanserie -

[https://en.wikipedia.org/wiki/The_Dark_Tower_\(series\)](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Dark_Tower_(series)) (Abgerufen am 19.09.2016)

222 Webseite von Stephen King zu Comics - <http://stephenking.com/darktower/comic/> (Abgerufen am 06.10.2016)

223 Website von Stephen King zum Spiel Discordia - <http://stephenking.com/darktower/discordia.html> (Abgerufen am 06.10.2016)

224 Was sich auch durch eine Forum mit 14.500 Mitgliedern zeigt: Forum zu "The Dark Tower" - <http://www.thedarktower.org/palaver/index.php> (Abgerufen am 28.09.2016)

225 Offizielle Website zu "The dark Tower" <http://stephenking.com/darktower/> (Abgerufen am 28.09.2016)

"Der Mann in Schwarz floh durch die Wüste, und der Revolvermann folgte ihm." (Vgl. King, Stephen: „Schwarz“ (2003) S.1). Der schwarze Mann ist Zauberer und einer der Gegenspieler. Rolands Ziel ist es, den scharlachroten König zu besiegen.

Roland findet im Laufe der Romane durch Zeit und Raum seinen Weg zum schwarzen Turm und betritt diesen. Im obersten Zimmer angelangt erkennt er die Wahrheit, dass er schon unzählige Male diesen Weg gegangen ist. Er wird an den Anfang der Geschichte zurückversetzt, wobei er all seine Erinnerungen verliert und das letzte Buch endet, wie der erste Band beginnt, mit dem Satz: *"Der Mann in Schwarz floh durch die Wüste, und der Revolvermann folgte ihm"*. Nun hat Roland jedoch ein Artefakt bei sich, ein Horn, das er im Laufe seiner Reise bekommen hat.²²⁶

// Die (vermutliche) Geschichte im Film

Die genaue Handlung des Films ist noch nicht bekannt. Es wurde jedoch bekannt, dass nicht die Geschichte der Romane erzählt wird, sondern an das Ende der Romanreihe angeknüpft wird. Ein Hinweis darauf gab ein Tweet von Stephen King: *"The Dark Tower is close, now. The Crimson King awaits. Soon Roland will raise the Horn of Eld. And blow."*²²⁷ Das dazugehörige Bild zeigt ein Horn mit dem Schriftzug "Last time around". Der Held Roland wird ein letztes Mal zum schwarzen Turm reisen um den scharlachroten König (The Crimson King) endgültig zu besiegen. Im September 2016 bestätigte Regisseur Nikolaj Arcel die Vermutungen und sagt im Interview mit Entertainment Weekly: *"The hardcore fans of The Dark Tower series will know that this is actually a sequel to the books in a way,[...] it has a lot of the same elements, a lot of the same characters, but it is a different journey."* (Arcel, Nikolaj, Interview mit Entertainment Weekly, in Breznican, Anthony: „The Dark Tower: What the film changes (and keeps) from Stephen King's books - Part III of EW's coverage confirms two friends won't make this journey. And... it's a secret sequel.“²²⁸). Somit wird der Film im weiteren als Fortsetzung der Bücher betrachtet.

226 Wikipedia Eintrag zum letzten Band von "The Dark Tower" -

[https://de.wikipedia.org/wiki/Der_Turm_\(Stephen_King\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Der_Turm_(Stephen_King)) (Abgerufen am 28.09.2016)

227 Havran, Annemarie: "Stephen King über massive Änderung an "The Dark Tower": Fans der Bücher droht eine Enttäuschung"(2016) - <http://www.filmstarts.de/nachrichten/18504530.html> (Abgerufen am 19.09.2016)

228 Breznican, Anthony: "The Dark Tower: What the film changes (and keeps) from Stephen King's books" (2016) - <http://www.ew.com/article/2016/07/14/dark-tower-movie-wont-feature-eddie-susannah> (Abgerufen am 19.09.2016)

// Zu Stephen King

Geboren wurde Stephen King 1947 und begann mit dem professionellen Schreiben im Jahr 1967.²²⁹ Seither hat er viele Bücher, Novellen und Drehbücher für Film und Fernsehen geschrieben.²³⁰ Viele seiner Geschichten wurden verfilmt. Zu den erfolgreichsten Zählen „The Shining“ (1980), „Misery“ (1990), „The Shawshank Redemption“ (1994) und „The Green Mile“ (1999), um nur einige zu nennen.

// Zum Film „The Dark Tower“

„The dark Tower“ wird in die Kategorien Adventure, Fantasy, Horror eingeordnet.²³¹

Regisseur ist Nikolaj Arcel, der bei Filmen wie „Die Königin und der Leibarzt“ (2012) oder „Die Wahrheit über Männer“ (2010) Regie führte. Bei diesen und weiteren Filmen, wie „Verblendung“ (2009) hat er auch das Drehbuch geschrieben.²³² Arcel ist ein großer Fan von „The Dark Tower“ und kennt sich dementsprechend gut aus, weshalb er auch das Drehbuch geschrieben hat.²³³

Stephen King ist bei diesem Projekt als Producer tätig.²³⁴

Die Rolle des Roland Deschain spielt Idris Elba, bekannt aus Filmen wie „Prometheus“ (2012) und „Pacific Rim“ (2013)²³⁵. Matthew McConaughey, bekannt aus „The Wolf of Wall Street“ (2013) und „Interstellar“ (2014), spielt den Mann in Schwarz.²³⁶ Weitere Hauptdarstellerin ist Katheryn Winnick, bekannt aus der Serie „Vikings“ (2013-2017). Welche Rolle sie spielt ist jedoch nicht bekannt.²³⁷

229 King, Tabitha: "The Author" (o. J.) - http://stephenking.com/the_author.html (Abgerufen am 19.09.2016)

230 Liste mit Stephen Kings Büchern - http://stephenking.com/library/written_old-new.html (Abgerufen am 19.09.2016)

231 IMDb zu "The Dark Tower" - http://www.imdb.com/title/tt1648190/?ref_=ttfc_fc_tt (Abgerufen am 19.09.2016)

232 IMDb zu Nikolaj Arcel - http://www.imdb.com/name/nm1064048/?ref_=ttfc_fc_dr1 (Abgerufen am 19.09.2016)

233 Fleming Jr, Mike: "Stephen King's 'The Dark Tower' Zeroes In On 'Dragon Tattoo' And 'Royal Affair's Nikolaj Arcel To Direct" (2015) - <http://deadline.com/2015/06/the-dark-tower-stephen-king-director-nikolaj-arcel-dragon-tattoo-scribe-1201436229/> (Abgerufen am 19.09.2016)

234 IMDb zu "The Dark Tower" Cast - http://www.imdb.com/title/tt1648190/fullcredits?ref_=tt_ov_st_sm (Abgerufen am 19.09.2016)

235 IMDb zu Idris Elba - http://www.imdb.com/name/nm0252961/?ref_=ttfc_fc_cl_t1 (Abgerufen am 19.09.2016)

236 IMDb zu Matthew McConaughey - http://www.imdb.com/name/nm0000190/?ref_=fn_al_nm_1 (Abgerufen am 19.09.2016)

237 Hall, Jacob: "'Vikings' Star Katheryn Winnick to 'The Dark Tower' Came" (2016) <http://www.slashfilm.com/katheryn-winnick-dark-tower/> (Abgerufen am 19.09.2016)

// Produzenten

Produziert wird „The Dark Tower“ von Sony Pictures Entertainment mit den Koproduzenten Media Rights Capital, Imagine Entertainment und Weed Road Pictures. Den Vertrieb übernehmen Sony Pictures, Universal und Columbia Pictures.²³⁸

// Vorgeschichte der Produktion

Sony Pictures war nicht der erste Produzent, der sich dem Projekt „The Dark Tower“ gewidmet hat. Schon im Jahr 2007 verkaufte Stephen King die Rechte zur Verfilmung an J.J. Abrams und dessen Firma Bad Robot. Stephen King ist ein Fan der Serie „Lost“ (2004 - 2010) welche von J.J. Abrams produziert wurde.²³⁹

King hat im Normalfall wenig Probleme, die Filmrechte an seinen Büchern zu verkaufen: *“Usually, with the other [books], I don’t give much of a shit. My attitude is, ‘Go make a movie, and if it’s good, that’s terrific, and if it’s bad, then it will go to the video stores and back shelves of Blockbuster, and I still get royalties on the book.’”* (King, Stephen, an der New York Comic-Con in Sciretta, Peter: „Stephen King confirms The Dark Tower Movie“ slashfilm.com 2007²⁴⁰).

Doch bei „The Dark Tower“ liegt die Sache anders da es sein Lebenswerk ist, an dem er schreibt, seit er 22 ist. Daher vertraue er J.J. Abrams, einen guten Film zu machen und verkaufte ihm die Rechte für 19\$, ein Betrag der öfter in den Büchern vorkommt.²⁴¹ Im Jahr 2009 gibt Abrams bekannt, die Adaption nicht zu machen, da er ein zu großer Fan der Bücher sei und die Adaption eine zu große Aufgabe wäre, bei der die Fans sehr schnell enttäuscht werden können.²⁴²

Die Produktion wurde dann von Universal aufgenommen, mit dem Plan drei Filme und eine TV-Serie zu produzieren. Regisseur der Filme sollte Ron Howard sein.²⁴³

238 IMDb zu "The Dark Tower" - http://www.imdb.com/title/tt1648190/?ref_=ttco_co_tt (Abgerufen am 19.09.2016)

239 IMDb zu "Lost" - http://www.imdb.com/title/tt0411008/?ref_=nv_sr_1 (Abgerufen am 19.09.2016)

240 IMDb zu "Lost" - <http://www.slashfilm.com/stephen-king-confirms-the-dark-tower-movie/> (Abgerufen am 19.09.2016)

241 Sciretta, Peter: "Stephen King confirms The Dark Tower Movie" (2007) - <http://www.slashfilm.com/stephen-king-confirms-the-dark-tower-movie/> (Abgerufen am 19.09.2016)

242 Ditzian, Eric: "J.J. Abrams Will Not Be Building His 'Dark Tower'" (2009) - <http://www.mtv.com/news/2434355/jj-abrams-will-not-be-building-his-dark-tower/> (Abgerufen am 19.09.2016)

243 Tyler, Josh: "Ron Howard Will Turn Stephen King's The Dark Tower Into A Movie Trilogy" Cinemablend (2009) - <http://www.cinemablend.com/new/Ron-Howard-Will-Turn-Stephen-King-s-The-Dark-Tower-Into->

Universal bekam jedoch Probleme mit dem Budget und stoppte das Projekt.²⁴⁴ 2015 nahm sich Sony Pictures des Projekts an. Geplant sind weiterhin mehrere Filme und eine Serie.²⁴⁵

7.2 Voraussetzungen für die Making-of Produktion

// Passende Voraussetzungen

Was für diesen Film spricht, um diverse Making-of zu produzieren, ist das vermutlich große Budget, da es sich um eine Hollywood-Produktion mit verschiedenen Koproduzenten handelt. Es wird davon ausgegangen, dass genug Budget vorhanden ist, um Making-ofs in großem Umfang zu produzieren.

Es sind einige Stars im Film, die ihrerseits eine große Fangemeinde haben. Genauso der Autor Stephen King und die komplette „The Dark Tower“-Buchreihe. Das Genre des Films, eine Mischung aus Fantasy, Western, Mittelalter und Horror, bietet viele Möglichkeiten für interessante Drehorte, Kostüme und Sets, welche optisch viel Potential bieten. Auch die Dreharbeiten in Südafrika dürften einige interessante Bilder bieten.²⁴⁶ Die Hintergrundgeschichte zu den Büchern und die Vorgeschichte der Filmproduktion können sehr gut in das Making-of integriert werden, um so noch einen Mehrwert für den Zuschauer zu schaffen.

[A-Movie-Trilogy-18354.html](#) (Abgerufen am 19.09.2016)

244 Fleming Jr, Mike: "Universal Nixes Stephen King's 'Dark Tower' – No Ambitious Film Trilogy Or TV Series" (2011) - <http://deadline.com/2011/07/universal-wont-scale-stephen-kings-the-dark-tower-studio-declines-to-make-ambitious-trilogy-and-tv-series-147942/> (Abgerufen am 19.09.2016)

245 Fleming Jr, Mike: "Stephen King's 'The Dark Tower' Zeroes In On 'Dragon Tattoo' And 'Royal Affair's Nikolaj Arcel To Direct" (2015) - <http://deadline.com/2015/06/the-dark-tower-stephen-king-director-nikolaj-arcel-dragon-tattoo-scribe-1201436229/> (Abgerufen am 19.09.2016)

246 Movienewsguide: "The Dark Tower: Gunslinger Idris Elba Confirms South Africa Production Finished!" (2016) - <http://www.movienewsguide.com/dark-tower-gunslinger-idris-elba-confirms-south-africa-production-finished/270598> (Abgerufen am 19.09.2016)

// Angenommene Voraussetzungen

Für diese Fallstudie wird angenommen, dass Produzenten, Regisseur und auch Schriftsteller Stephen King einverstanden sind, diverse Making-of zu produzieren. Somit kann Stephen King als einer der Protagonisten agieren, der Einblick in die Produktion hat und exklusives Insider-Wissen zur Geschichte von „The Dark Tower“.

7.3 Produktionsablauf des Making-of

// Vorproduktion des Making-of

Da alle Möglichkeiten des Making-of genutzt werden sollen, soll von Beginn der Vorproduktion ein Team die Arbeiten begleiten. Hier ist es sinnvoll, eine einzelne Firma für die gesamte Arbeit zu beauftragen.²⁴⁷ Dies wäre jedoch die teuerste Variante. Andere Möglichkeiten wären: eine Inhouse Produktion wie im Falle von Constantin Film; eine Person die an der Produktion beteiligt ist und zusätzlich die Making-of Produktion übernehmen kann, wie im Falle von Larissa Trüby; oder ein junger Filmemacher bzw. ein Team junger Filmemacher wie es Terry Gilliam gemacht hat.

Für diese Produktion wird nun entschieden, mit jungen Dokumentarfilmern zusammenzuarbeiten. Dabei wird im Vorfeld festgelegt, dass simultane Making-of, werbliche Making-ofs, ein DVD-Making-of und ein dokumentarisches Making-of produziert werden. Für diese Aufgabe wird nach Vorbild von „Lost in La Mancha“ und „The Hamster Factor“ mit zwei Dokumentaristen gearbeitet, um den Aufwand zu verteilen und zu gewährleisten, dass auch parallele Vorgänge abgedeckt werden können. Außerdem wird ein Cutter hinzugezogen, um das Material vorzusortieren und die simultanen Making-ofs zu produzieren. Einige Dinge können im Vorfeld schon geplant werden. So werden besondere Szenen herausgesucht und Interviewtermine mit verschiedensten Personen organisiert und auf den Drehplan abgestimmt. Auch die simultanen Making-of können schon geplant werden, um einen passenden Moderator zu finden und die Inhalte abzustimmen.

247 Neunzerling, Felix: "Presse und PR für Filmproduktionen" (1998), S.70

// Simultane Making-of

Um die Fans auf dem Laufenden zu halten und Neugier zu erzeugen, werden schon sehr früh erste Einblicke in die Produktion gegeben. Als Moderatoren könnten hier Stephen King, Regisseur Nikolaj Arcel oder einer der Hauptdarsteller dienen. Inhaltlich können Teile der Sets, Kostüme, Drehorte und Ähnliches vorgestellt werden. Auch Teile der Produktion und Logistik können, wie im Produktions-Blog von „The Hobbit“, aufgegriffen werden.

// Werbliche Making-of und EPK

Die klassischen werblichen Making-of werden wie üblich produziert. Es wäre zu klären, ob ein separates EPK-Team von Nöten wäre, oder ob das Making-of-Team genug Material aufnimmt und die EPK-Interviews machen kann. Vorteil wäre hier, dass alle Beteiligten schon mit dem Making-of Team bekannt sind. Bei zwei Kameramännern gäbe es auch kein Problem der Koordination. Zur Werbung kann dementsprechend auch weiteres Material des Making-of genommen werden. Mit großer Wahrscheinlichkeit werden sich Interviews oder Situationen für eine solche Nutzung anbieten. Der zusätzliche Cutter kann genau diese herausfiltern und aufbereiten.

// Das DVD Making-of

Ein etwas längeres Making-of, mit rund 20 Minuten Laufzeit, wie für die Nutzung auf der DVD üblich, sollte aus dem gesammelten Material ohne Probleme hergestellt werden können. Da das Making-of Team die gesamte Produktionszeit dokumentiert, lässt sich auch hier ein sehr guter Überblick über die Produktion geben.

Auf Grund der begrenzten Zeit kann sich dieses Making-of, wie für DVD-Making-of üblich, nur auf die Produktion beziehen. Dabei wird der Fokus auf die Wiedergabe von Informationen gelegt und besonders spektakuläre Szenen verwendet.

// Das dokumentarische Making-of

// Produktionsablauf

Der größte Teil der Produktion ist das dokumentarische Making-of mit einer Länge von 60-90 Minuten. Im Schnitt können die Kameramänner mit dem Cutter zusammenarbeiten, der einen guten Überblick über das Material hat.

// Protagonisten

Besonders interessant an dieser Produktion ist, dass Stephen Kings Lebenswerk²⁴⁸ verfilmt wird. Er hat ein berechtigtes Interesse daran, dass der Film seinen Geschichten entspricht. Eine weitere Position die beleuchtet werden kann, ist die der Fans. Was sie sich erhoffen und was sie befürchten. Die Spanne der Kommentare zu den Artikeln zum Film reichen von „*I was looking forward to the film although didn't like the casting of Elba as Roland (nothing against the actor, just that he looks nothing like the Gunslinger). But if this is some kind of sequel to the books.... oh boy I'm excited.*“ (Kommentar von FeliXinside zum Artikel“Stephen King made The Dark Tower movie interesting again with one tweet“ - Geek.com 2016²⁴⁹)

bis hin zu: „*King admits he doesn't give a damn about his books to film once he gets paid for them. This story is raped from page one. Be prepared for another, 1 1/2 star movie.*“ (Kommentar von Cog zum Artikel“Stephen King made The Dark Tower movie interesting again with one tweet“ - Geek.com 2016²⁵⁰)

Aussagen von Fans könnten Kommentaren von Autor Stephen King und Regisseur Nikolaj Arcel gegenüber gestellt werden. Im Making-of können so einige Fragen der Fans beantwortet werden. King und Arcel bieten sich als Hauptcharaktere an, da beide in allen Teilen der Produktion involviert sind und verschiedene Positionen in der Produktion vertreten. Es ist gut vorstellbar, dass es hier verschiedene Konflikte geben kann zwischen Kings Vorstellung und den Wünschen der Produktion.

248 Sciretta, Peter: "Stephen King confirms The Dark Tower Movie" (2007) -

<http://www.slashfilm.com/stephen-king-confirms-the-dark-tower-movie/> (Abgerufen am 20.09.2016)

249 Gonzales, Dave: "Stephen King made The Dark Tower movie interesting again with one tweet" (2016) -

<http://www.geek.com/news/stephen-king-made-the-dark-tower-movie-interesting-again-with-one-tweet-1655721/> (Abgerufen am 20.09.2016)

250 Gonzales, Dave: "Stephen King made The Dark Tower movie interesting again with one tweet" (2016) -

<http://www.geek.com/news/stephen-king-made-the-dark-tower-movie-interesting-again-with-one-tweet-1655721/> (Abgerufen am 20.09.2016)

Der Film kann sich also sehr stark an King, Arcel und der Meinung der Fans orientieren und diese drei Standpunkte beleuchten.

// Themen

Als Teil des Making-of bieten sich Stephen Kings Geschichte und die Entstehung der „The Dark Tower“-Romane an: welchen Einfluss diese hatten, welche andere Bücher King schrieb, wie diese mit „The Dark Tower“ zusammenhängen,²⁵¹ und welche Filme daraus entstanden. Regisseure wie J.J. Abrams können erklären, welchen Einfluss Kings Bücher auf sie und ihre Arbeit hatten.

Auch die Vorgeschichte der Produktion zu „The Dark Tower“ kann thematisiert werden.

Im besten Fall treten verschiedene Konflikte auf und ein mögliches Scheitern oder Floppen des Films kann als Element der Spannung aufgegriffen werden. Hier bietet sich auch der Vergleich mit den Aussagen der Fans an, die als Vorboten eines möglichen Flops dienen können.

Die Drehbuchautoren Akiva Goldsman und Anders Thomas Jensen können im Interview erläutern, wie sie bei ihrer Arbeit vorgegangen sind und wie die Zusammenarbeit mit Stephen King ablief. Hier gibt es möglicherweise Meetings, in denen das Drehbuch besprochen wird, was zu Diskussionen zwischen King und den Autoren führen könnte.

Meinungen zum Inhalt können hier von Fans, King und Abrams gegenüber gestellt werden. Auch die Schauspielerwahl kann thematisiert werden, wieder mit Blick auf die Meinung der Fans. Stephen King kann seine Meinung darüber teilen, ob Idris Elba die richtige Wahl für seinen Hauptcharakter ist.

Auch Entscheidungen zu Sets und Kostümen können aufgegriffen werden. Dabei könnte interessant sein, die Vorstellungen von Fans, Stephen King und Abrams dem schlussendlichen Ergebnis gegenüber zu stellen.

In der Postproduktion könnten verschiedene Schnittversionen einer Szene gezeigt und verglichen werden, bei denen sich die Verantwortlichen uneinig waren.

251 Viele Charaktere von anderen Büchern Kings stammen aus dem "The Dark Tower" Universum Vgl. <http://stephenking.com/darktower/connections/> (Abgerufen am 20.09.2016)

Der Film kann die Produktion bis zur Premiere begleiten und die Meinungen der Fans hier mit einfließen lassen. Das Element des drohenden Flops wird somit zum Ende des Films aufgelöst. Ob dieses positiv oder negativ ist, wird sich zeigen. In jeden Fall können abschließende Kommentare der Beteiligten das Making-of beenden und einen Ausblick auf die weitere Arbeit geben. Vor allem Kings Meinung zur Verfilmung seines Lebenswerks dürfte interessant sein.

// Weitere Elemente

Neben den klassischen Elementen: Making-of Aufnahmen, Filmausschnitte und Interviews, bieten sich weitere Elemente an. Zum Vergleich der Bücher mit dem Film eignen sich die verschiedenen Comics zur Visualisierung. So können Sets, Locations und Kostüme mit den Comics verglichen werden. Auch ein Hörspiel oder Teile der Hörbücher können als Narrativ, ähnlich wie in „Lost in La Mancha“ oder „Hearts of Darkness“ verwendet werden. Mit diesen Elementen kann, da es sich um eine Fortsetzung handelt, die Vorgeschichte ansprechend dargestellt werden. Auf Grund der Komplexität mit verschiedenen Ansichten und Erklärungen ist ein Sprecher für dieses Making-of eine einfache Möglichkeit, um die verschiedenen Teile miteinander zu verbinden.

Welche Konflikte und Probleme wirklich auftreten, lässt sich nicht vorhersagen. Dennoch soll im Folgenden versucht werden das gesamte Making-of mit den erläuterten Elementen grob zu strukturieren.

Minute	Inhalt
1	Einleitung und Intro „Der Mann in Schwarz floh durch die Wüste, und der Revolvermann folgte ihm.“ Gelsen von Stephen King Kurzes Intro mit Credits und Bildern der Produktion als Vorgeschmack
5	Vorgeschichte Vorstellung Stephen King und seiner Geschichte. Interview mit Stephen King
8	Erläuterung der Entstehung von den Romanen "The Dark Tower" und deren Einfluss. Interview mit J.J. Abrams. Meinungen von Fans zu der Romanserie
11	Stephen Kings andere Bücher, deren Verfilmungen und der Zusammenhang zu "The Dark Tower"
15	Erläuterung der Vorgeschichte zur Produktion von "The Dark Tower" mit verschiedenen Interviews
18	Vorproduktion Vorstellung der Drehbuchautoren Akiva Goldsman und Anders Thomas Jensen mit Interviews und Informationen zu ihrer Arbeit Gegenüberstellung von Meinungen zur Adaption von Fans, King, Abrams und den Drehbuchautoren Dazu Gegenüberstellung von fertigen Filmszenen Gegenüberstellung von Meinungen zu Sets, Locations, Kostümen von von Fans, King, Abrams und Comics bzw Fanart Gegenüberstellung zu fertigen Filmszenen
30	Produktion Dreharbeiten, Filmausschnitte, passende Ausschnitte aus den Comics und Hörbüchern um Hintergrundinformationen zu geben Während diesem Teil kann die Geschichte des Schwarzen Turms nach und nach erzählt werden Arcel und King stehen im Fokus dieses Teils: Ihre Arbeit und Zusammenarbeit. Ihnen wird über die Schulter geschaut Auf tretende Probleme werden behandelt Interviews mit Schauspielern Behandlung technische Aspekte Product Placement möglich Begleiten von King und Arcel auch außerhalb des Sets, zum Beispiel das Begutachten der Dailies
60	Postproduktion Vorstellen des Cutters Die Zusammenarbeit von Cutter, Regisseur und Autor Mögliche Diskussionen und verschiedene Schnittversionen Weitere Bereiche (Effekte/ Sounds/ Musik) sofern Arcel oder King dort agieren
80	Premiere Begleiten der Hauptcharaktere Reaktionen und Meinungen von Fans Abschließende Kommentare der Beteiligten und Zukunftsausblick
88 90	Outro und Credits

// Finanzierung und Refinanzierung

Um das Making-of zu finanzieren, kann, neben der DVD/Blu-ray Auswertung, im Vorfeld eine Crowdfunding-Kampagne gestartet werden, mit der einige Fans mobilisiert werden könnten. Mit einem starken Fokus auf Stephen King und sein Lebenswerk könnte es Sender geben, die an einer Kooperation Interesse haben. Auch VoD stellt eine Möglichkeit dar. Zum einen für eine Kooperation im Vorfeld oder als weitere Möglichkeit der Auswertung. Im Falle eines sehr guten Ergebnisses ist die Einreichung zu Festivals eine Option. Im Vorfeld können unter Umständen auch Vereinbarungen zum Product Placement getroffen werden und in Deutschland wäre zusätzlich eine Finanzierung durch Förderungen denkbar.

// Bewerbung des Making-of

Um das Making-of zu bewerben, können klassische Mittel wie Trailer eingesetzt werden. So wurden auch „Hearts of Darkness“²⁵², „Lost Soul“²⁵³ und „Making-of Heimat“²⁵⁴ beworben. Sollte das Making-of auf einem Festival Erfolge gehabt haben, kann dies zur weiteren Bewerbung genutzt werden.

Im Bereich VoD kann dem Konsumenten des Films „The Dark Tower“ das Making-of vorgeschlagen werden.

252 "Hearts of Darkness: A Filmmaker's Apocalypse" (1991) Trailer - <https://www.youtube.com/watch?v=lxowb5IQRuI> (Abgerufen am 20.09.2016)

253 Lost Soul: The Doomed Journey of Richard Stanley's Island of Dr. Moreau - Official Trailer - (2015) - https://www.youtube.com/watch?v=0y_wLNe15x0 (Abgerufen am 20.09.2016)

254 MAKING OF HEIMAT - Trailer - <https://www.youtube.com/watch?v=miSdkMYeXKM> (Abgerufen am 20.09.2016)

8. Zusammenfassung, Fazit und Ausblick

8.1 Zusammenfassung

Zu Beginn dieser Arbeit wurden verschiedene Definitionen für das Making-of gegeben und dargelegt, welche Funktionen das Making-of hat und welche thematischen Elemente es enthält. Es wurden verschiedene Diskurse und der Begriff der „Tiefe“ eingeführt, um verschiedene Arten des Making-of weiter zu differenzieren. Des Weiteren wurde die Geschichte und die Entwicklung des Making-of ausgeführt und darüber gezeigt, dass das Making-of in seiner Grundform ein werbliches Mittel ist. Im nächsten Schritt wurde die Verwendung und der genaue Produktionsablauf von Making-ofs beschrieben. Dabei wurde ausgeführt, wer an der Produktion beteiligt ist und welche Formate üblich sind.

Im Weiteren wurde auf die verschiedenen Arten der werblichen Making-of eingegangen und diese anhand von Beispielen ausführlich behandelt und untersucht. Es wurde dargelegt, wie die einzelnen Arten eingesetzt werden. Unterschieden wurde hierbei zwischen simultanen und retrospektiven Making-of. Die retrospektiven Making-of wurden ihrerseits unterteilt in kurze werbliche Making-of, die auch als erweiterte Trailer bezeichnet wurden und DVD-Making-of. Die einzelnen Arten wurden anhand von Beispielen vorgestellt und auf ihre Strukturen untersucht. Es wurde der Unterschied zwischen werblichen und dokumentarischen Making-of herausgearbeitet und einige allgemeine Angaben zu dokumentarischen Making-of gemacht.

Als nächstes wurden verschiedene dokumentarische Making-of mit besonderen dokumentarischen Qualitäten und der genannten „Tiefe“ untersucht und erläutert, wo die Unterschiede zu werblichen Making-of und DVD Making-of liegen.

Es wurden die verschiedenen Arten von Dokumentarfilmen nach Einteilung von Thorolf Lipp vorgestellt und herausgearbeitet, dass Making-ofs eine Art von Dokumentarfilm sein kann und ein eigenes Format darstellen. Die analysierten Making-of wurden verglichen und herausgearbeitet, welche Voraussetzungen für ein dokumentarisches Making-of gegeben sein sollten, um ein eigenständiger

Dokumentarfilm zu sein.

Im Teil zum Filmmarketing und zur Finanzierung wurden einige Grundlagen erörtert, verschiedene Filmmärkte angesprochen und Finanzierungsarten für Making-ofs aufgezeigt. Hierbei wurden klassische wie moderne Finanzierungsmöglichkeiten vorgestellt. Es wurde auf die Verwertungskette eingegangen und erläutert, wie sich diese in den letzten Jahren verändert hat. Auch die verschiedenen Werbemaßnahmen im Filmbereich wurden erläutert und mit Fokus auf das Making-of erörtert. Darauf aufbauend wurde aufgezeigt, welche Möglichkeiten für ein dokumentarisches Making-of zur Vermarktung bestehen und welche Voraussetzungen dabei gegeben sein sollten.

In einer Fallstudie zum Film „The Dark Tower“ wurde das erarbeitete Wissen über Making-ofs, die Filmfinanzierung und das Marketing eingesetzt, um darzulegen, wie Making-ofs in verschiedenen Formen verwendet werden könnten, um den größtmöglichen Nutzen zu erzeugen.

8.2 Fazit

Making-of spielen in der Bewerbung von Filmen nach wie vor eine wichtige Rolle und sind ein beliebtes Mittel. In Deutschland sind die Budgets, und somit auch die Werbebudgets, nationaler als auch internationaler Filme relativ beschränkt, weshalb meist nur kleine Making-of produziert werden. Nach Meinung von Personen aus der Branche, sollte mehr in das Filmmarketing investiert werden, und es enger mit der Filmproduktion verknüpft sein. Diese Ansicht kann auch auf Making-ofs bezogen werden, denn es bietet verschiedene Möglichkeiten zur Bewerbung eines Films in verschiedenen Stadien, was gerade für internationale Filmproduktionen von Bedeutung ist.

Bedingt durch die kleinen Budgets deutscher Filme ist die Herstellung dokumentarischer Making-of eher schwierig. Werden jedoch alle Möglichkeiten zur Finanzierung und Verwertung ausgenutzt, könnten sich hier Chancen bieten. Die beste Möglichkeit zur Finanzierung bietet hierbei die Kooperation mit einem Sender.

Die vorgeschlagene Kombination verschiedener Making-of in einer Produktion müsste hierbei genauer auf die Wirtschaftlichkeit und den Nutzen untersucht werden. Auch gibt es keine genauen Studien zur Rezeption von dokumentarischen Making-ofs. Es kann jedoch davon ausgegangen werden, dass die Zielgruppe eher klein ist. Ein gut gemachtes Making-of mit einer interessanten Geschichte kann dennoch erfolgreich sein. Es bietet sich als Zusatz auf einer Special Edition an, mit der die passende Zielgruppe angesprochen wird. Aber auch neue Distributionswege wie das Video on Demand bieten einen kostengünstigen Absatzmarkt.

Der Filmmarkt der USA bietet im Gegensatz zum Deutschen mehr Möglichkeiten auf Grund größerer Budgets, weshalb hier Making-ofs auf vielfältigere Weise eingesetzt werden. Es zeigt sich, dass durch diese Möglichkeiten sehr dokumentarische Making-of entstehen konnten. Diese haben einen Mehrwert und sind somit als eigenständige Dokumentarfilme interessant.

Um ein solches Ergebnis zu erreichen ist es jedoch nötig, die langfristige Beobachtung der Filmproduktion zuzulassen. Dazu muss die gesamte Produktion mit der Dokumentation einverstanden sein. Es ist zu sehen, dass nicht jedes Filmprojekt geeignet ist um ein dokumentarisches Making-of zu produzieren. Es muss im Vorfeld abgewogen werden, welches Potenzial es gibt und wie es genutzt werden kann. Dabei können viele organisatorische Dinge geplant werden, welche Geschichten sich während der Produktion entwickeln, jedoch nicht. Wie die Fallstudie gezeigt hat, können sich viele Ansatzpunkte bieten, um ein dokumentarisches Making-of aufzubauen.

8.3 Ausblick

Die Hochzeit des Making-of, welche mit Aufkommen der DVD begann, scheint abzuklingen. Laut Aussage der Interviewpartner werden weniger Bonusmaterialien für DVDs produziert und die Entwicklung geht mehr Richtung kurzen Clips die für das Internet produziert werden. In Zukunft könnten andere Formate wie Virtual Reality und 360° Videos für werbliche Making-of interessant sein. So hat Stephanie Wagner

schon mehrere kurze Clips mit dieser Technik realisiert.²⁵⁵

Making-of wird es im werblichen Bereich auch in Zukunft geben und die Produktion von dokumentarischen Making-of wird weiterhin die Ausnahme bleiben. Dennoch kann davon ausgegangen werden, dass es immer wieder dokumentarische Making-of geben wird, die eine besondere Qualität haben und eine besondere Geschichte erzählen.

9. Literaturverzeichnis

Bücher

Auer, Manfred: "Top oder Flop? Marketing für Film- und Fernsehproduktionen", 1. Aufl., Gerlingen: Bleicher Verlag, 2000

Genette, Gérard: "Paratexte", 1. Aufl., Frankfurt /Main: Campus Verlag GmbH, 1989

Hediger, Vinzenz: "Demnächst in Ihrem Kino – Grundlagen der Filmwerbung und Filmvermarktung", 1. Aufl., Marburg: Schüren Verlag GmbH, 2005

Kaufmann, Thorsten: „Make me (not) believe – illusionsverändernde Mechanismen des Making of“ , 1. Aufl., Berlin: wissenschaftlicher Verlag Berlin, 2011

Kempter, Guido: "design2product – Beiträge zur empirischen Designforschung" Band 2, 1. Aufl., Hohenems, Wien, Vaduz: Bucher Verlag, 2012

Koebner, Thomas: „Reclams Sachlexikon des Films“, 2. Aufl., Stuttgart: Reclam, Philipp, jun. GmbH, 2007

Kuchenbuch, Thomas: „Filmanalyse – Theorien. Methoden. Kritik" 2. Aufl., Wien, Köln, Weimar: Böhlau Verlag, 2005

Kurzenberger, Hajo: Medien und Theater Band 10: "Kollektive in den Künsten" , 1. Aufl., Hildesheim, Zürich, New York: Georg Olms Verlag, 2008

²⁵⁵ Vgl Wagner, Stephanie: Interview vom 24.08.2016, Anhang S. 125

Leitner, Matthias: "Der Dokumentarfilm ist tot, es lebe der Dokumentarfilm", 1. Aufl., Marburg: Schüren Verlag GmbH, 2014

Lipp, Thorolf: „Spielarten des Dokumentarischen – Einführung in die Geschichte und Theorie des Nonfiktionalen Films“, 2. Aufl., Marburg: Schüren Verlag GmbH, 2016

Neunzerling, Felix: "Presse und PR für Filmproduktionen", 1. Aufl., Essen: Stamm Verlag GmbH, 1998

Schadt, Thomas: "Das Gefühl des Augenblicks – Zur Dramaturgie des Dokumentarfilms" 1. Aufl., Bergisch Gladbach Verlagsgruppe Lübbe, 2002

Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung", 1. Aufl., Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2012

Wissenschaftliche Arbeiten

Aschenbroich, Ulrich: "Analyse der Erfolgsfaktoren von Kinofilmen - Eine Projektarbeit der Rheinischen Fachhochschule Köln" (2005) - http://www.filmsupport.at/download_Seiten/download/Erfolgsfaktoren.pdf (Abgerufen am 07.10.2016)

Backen, Inga: "Theorie und Praxis des Kinofilmmarketing Professionelles Marketing durch Produktions- und Verleihunternehmen" (2008) - http://www.diss.fu-berlin.de/diss/servlets/MCRFileNodeServlet/FUDISS_derivate_000000005263/01_Backen.pdf (Abgerufen am 07.10.2016)

Studien

Bundesverband Audiovisuelle Medien e.V. : Trettin, Oliver "Deutsche Videomarktdaten 1. Halbjahr 2016" (2016) - http://www.bvv-medien.org/fileadmin/user_upload/pressemitteilungen/Pressemitteilung_1_Hj_2016_03.08.2016_V2.pdf (Abgerufen am 16.09.2016)

Nielsen Holdings, Untersuchung von 03.2016: "Video on demand - How worldwide viewing Habits are changing in the evolving media landscape" (2016) - www.nielsen.com/de/de/press-room/2016/nielsen-video-on-demand.html (Abgerufen am 16.09.2016)

Sevenonemedia: Schreiner, Sandra "Product Placement im Spielfilm" (2015) -

<https://www.sevenonemedia.de/documents/20182/352167/Product+Placement+im+Spielfilm+tropo.pdf/4f83f26e-6204-4505-9773-d2df8fa05aa4> (Abgerufen am 06.10. 2016)

Medienquellen

Ben Shephards Website: <http://www.officialbenshephard.com/television/harry-potter-behind-the-magic>
(Abgerufen am 27.09.2016)

Berliner Film-Blog des BAF e.V. Von 21.03.2016: (o. V.) "Online Premiumdienste sollen Kino-Zeitfenster retten" (2016) - <http://baf-berlin.de/blog/index.php/?archives/3727-Online-Premiumdienste-sollen-Kino-Zeitfenster-retten.html> (Abgerufen am 16.09.2016)

b-roll.de: Mehrens, Jan: "Eine "b-roll" - was ist das eigentlich?" (o. J.) -
<http://www.b-roll.de/> (Abgerufen am 05.10.2016)

bluray-disc.de: (o. V.) "US-Videomarkt wird immer digitaler - Gesamtumsatz im 1. Quartal 2016 leicht im Minus" (2016) - <http://www.bluray-disc.de/blu-ray-news/allgemein/97825-us-videomarkt-wird-immer-digitaler-gesamtumsatz-im-1-quartal-2016-leicht-im-minus> (Abgerufen am 16.09.2016)

blurayreviews.ch: (o.V.) "Blu-ray Disc Review: Der Herr der Ringe - Trilogie (Extended Edition)" (o. J.) -
- <http://www.blurayreviews.ch/reviews/lord-of-the-rings-the-trilogy-extended-blu-ray-review.htm>
(Abgerufen am 06.10.2016)

Cinemablend.com: Tyler, Josh: "Ron Howard Will Turn Stephen King's The Dark Tower Into A Movie Trilogy" Cinemablend (2009) - <http://www.cinemablend.com/new/Ron-Howard-Will-Turn-Stephen-King-s-The-Dark-Tower-Into-A-Movie-Trilogy-18354.html> (Abgerufen am 19.09.2016)

Deadline.com: Fleming Jr, Mike: "Stephen King's 'The Dark Tower' Zeroes In On 'Dragon Tattoo' And 'Royal Affair's Nikolaj Arcel To Direct" (2015) - <http://deadline.com/2015/06/the-dark-tower-stephen-king-director-nikolaj-arcel-dragon-tattoo-scribe-1201436229/> (Abgerufen am 19.09.2016)

Deadline.com: Fleming Jr, Mike: "Universal Nixes Stephen King's 'Dark Tower' – No Ambitious Film Trilogy Or TV Series" (2011) - <http://deadline.com/2011/07/universal-wont-scale-stephen-kings-the-dark-tower-studio-declines-to-make-ambitious-trilogy-and-tv-series-147942/> (Abgerufen am 19.09.2016)

Dictionary.com: (o. V) „featurette“ (o. J.) - <http://www.dictionary.com/browse/featurette> (Abgerufen am 24.07.2016)

Duden.de: (o. V.) "Making-of, das" (o. J.) - http://www.duden.de/rechtschreibung/Making_of (Abgerufen am 17.07.2016)

Duden.de: (o. V.) "Frontispiz, das" (o. J.) - <http://www.duden.de/rechtschreibung/Frontispiz> (Abgerufen am 08.09.2016)

Entertainweb.de: Mayr, Stefan: "Neue Verwertungskette - Paramount-Filme kurz nach Kinostart als VoD verfügbar" (2015) - <https://www.entertainweb.de/movies/kino/news/item/3849-paramount-filme-kurz-nach-kinostart-als-vod-verfuegbar.html> (Abgerufen am 06.10.2016)

Entertainment Weekly: Breznican, Anthony: "The Dark Tower: What the film changes (and keeps) from Stephen King's books" (2016) - <http://www.ew.com/article/2016/07/14/dark-tower-movie-wont-feature-eddie-susannah>

Fernsehserien.de: (o. V.) "Kennen Sie Kino?" (o. J.) Aus: Reufsteck, Michael und Niggemeier, Stefan: "Das Fernsehlexikon" <http://www.fernsehserien.de/kennen-sie-kino> (Abgerufen am 05.09.2016)

Fernsehserien.de: (o. V.) "Action – Neu im Kino" (o. J.) Aus: Reufsteck, Michael und Niggemeier, Stefan: "Das Fernsehlexikon" <http://www.fernsehserien.de/action-neu-im-kino> (Abgerufen am 05.09.2016)

Filmstarts.de: Petersen, Christoph: "Kritik der FILMSTARTS.de-Redaktion Eragon - Das Vermächtnis der Drachenreiter" (o. J.) - <http://www.filmstarts.de/kritiken/39193-Eragon-Das-Verm%C3%A4chtnis-der-Drachenreiter/kritik.html> (Abgerufen am 15.09.2016)

Filmstarts.de: Havran, Annemarie: "Stephen King über massive Änderung an "The Dark Tower": Fans der Bücher droht eine Enttäuschung" (2016) - <http://www.filmstarts.de/nachrichten/18504530.html> (Abgerufen am 19.09.2016)

Geek.com: Gonzales, Dave: "Stephen King made The Dark Tower movie interesting again with one tweet" (2016) - <http://www.geek.com/news/stephen-king-made-the-dark-tower-movie-interesting-again-with-one-tweet-1655721/> (Abgerufen am 20.09.2016)

If... Productions Webseite - <http://www.ifproductions.de/Projekte/MAKING%20OF%20HEIMAT/> (Abgerufen am 06.09.2016)

IMDb – Internet Movie Database - <http://www.imdb.com/>

Indiegogo.com: Vuorensola, Timo: "Iron Sky The Coming Race" - <https://www.indiegogo.com/projects/iron-sky-the-coming-race-film#/> (Abgerufen am 15.09.2016)

Internet Archive: Talbot, Frederick Arthur Ambrose: "Moving pictures : how they are made and worked" (1914) - <https://archive.org/details/movingpicturesho00talb> (Abgerufen am 13.08.2016)

Ivey Business Reviews: Menon, Prashob: "Saving Cinema: The Declining State of the Movie Theatre" (2015) - <http://iveybusinessreview.ca/blogs/pmenonhba2010/2015/01/19/price-admission-decline-movie-theatres/> (Abgerufen am 15.09.2016)

Kickstarter.com: (o. V) Die Plattform Kickstarter und wie sie funktioniert: <https://www.kickstarter.com/learn?ref=nav> (Abgerufen am 28.09.2016)

Lexikon der Filmbegriffe: zu Hünigen, James: "Text-Bild-Schere" (2012) - <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=6298> (Abgerufen am 08.09.2016)

Lexikon der Filmbegriffe: Wulff, Hans Jürgen: "Immersion" (2012) - <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=942> (Abgerufen am 05.09.2016)

Lexikon der Filmbegriffe: Horak, Jan-Christopher: „Edison Film Manufacturing Co.“ (2012) - <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=1792> (Abgerufen am 22.07.2016)

Lexikon der Filmbegriffe: Wulff, Hans Jürgen: „Industriefilme“ (2012) - <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=210> (Abgerufen am 06.09.2016)

Lexikon der Filmbegriffe: Bender, Theo: "Reportage" (2011) - <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=309> (Abgerufen am 27.09.2016)

Lexikon der Filmbegriffe: von Hagen, Kirsten: „Faking-of“ (2015) - <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=8852> (Abgerufen am 06.10.2016)

Making-of - Ein Lexikon: Dr. Schwanebeck, Wieland: "Making-of, klassisches" (o. J.) - <http://making-of-lexikon.de/#text=klassisches-making-of> (Abgerufen am 03.09.2016)

Media24.de: (o. V.): "Was versteht man unter EPK und B-Roll Footage?" (o. J.) - http://www.media24.de/epk_erklaerungen.html (Abgerufen am 14.08.2016)

Movienewsguide.com: "The Dark Tower: Gunslinger Idris Elba Confirms South Africa Production Finished!" (2016) - <http://www.movienewsguide.com/dark-tower-gunslinger-idris-elba-confirms-south-africa-production-finished/270598> (Abgerufen am 19.09.2016)

MTV.com: Ditzian, Eric: "J.J. Abrams Will Not Be Building His 'Dark Tower'" (2009) - <http://www.mtv.com/news/2434355/jj-abrams-will-not-be-building-his-dark-tower/> (Abgerufen am 19.09.2016)

N-tv: (o. V.) "'The Enigma of Loch Ness' Herzog sucht Nessie" (2003) - <http://www.n-tv.de/archiv/Herzog-sucht-Nessie-article106613.html> (Abgerufen am 13.08.2016)

Penny Dreadful Website: <http://www.sho.com/penny-dreadful> (Abgerufen am 18.08.2016)

Philly.com: Rickey, Carrie: "Monkey' Business Two Temple Film Students Were Chosen To Document The Making And Marketing Of "12 Monkeys," Which Premieres Here Tonight. They Have Their Work Cut Out For Them" (1995) - http://articles.philly.com/1995-12-13/living/25670580_1_fulton-and-pepe-film-students-monkeys (Abgerufen am 06.09.2016)

Rabbiteye.com: Wortmann, Volker: „DVD-Kultur und ‚Making-of‘: Beitrag zu einer Mediengeschichte des Autorenfilms.“ In: Rabbit Eye – Zeitschrift für Filmforschung 1 (2010), S. 95 -108. - http://www.rabbiteye.de/2010/1/wortmann_dvdkultur.pdf

rbb-online: Webseite zu „6 auf einen Streich" - <https://www.rbb-online.de/maerchenfilm/> (Abgerufen am 04.08.2016)

Sky.de "Making of" - <http://www.sky.de/shows/making-of-2578> (Abgerufen am 22.09.2016)

Slashfilm.com: Hall, Jacob: "'Vikings' Star Katheryn Winnick to 'The Dark Tower' Came" (2016) <http://www.slashfilm.com/katheryn-winnick-dark-tower/> (Abgerufen am 19.09.2016)

Slashfilm.com: Sciretta, Peter: "Stephen King confirms The Dark Tower Movie" (2007) - <http://www.slashfilm.com/stephen-king-confirms-the-dark-tower-movie/> (Abgerufen am 19.09.2016)

Stephen Kings Website – <http://stephenking.com/> (Abgerufen am 06.10.2016)

Superman Homepage: Freiman Barry: „Review - "Bryan Singer's Video Journals" Bonus Disc" (o. J.) - <http://www.supermanhomepage.com/movies/movies.php?topic=suce14-dvd-review> (Abgerufen am 27.07.2016)

Spiegel.de: Pilarczyk, Hannah: "Regie-Star Winding Refn "Ich drehe meine Filme für Smartphones"" (2013) - <http://www.spiegel.de/kultur/kino/only-god-forgives-nicolas-winding-refn-im-interview-a-911669.html> (Abgerufen am 15.09.2016)

The Hollywood Reporter : Abel, Glenn: „King Kong: Peter Jackson's Production Diaries“ (2005) - http://web.archive.org/web/20060513134323/http://www.hollywoodreporter.com/thr/reviews/review_display.jsp?vnu_content_id=1001700175 (Abgerufen am 21.09.2016)

Turner Classic Movies: Sterritt, David: „Operation Undersea (1954)“ (o. J.) - <http://www.tcm.com/tcmdb/title/2075304/Operation-Undersea/articles.html> (Abgerufen am 05.09.2016)

Variety: (o. V.) "‘Hobbit’ Trilogy Has Cost \$561 Million So Far" (2013) - <http://variety.com/2013/film/news/hobbit-trilogy-has-cost-561-million-so-far-1200694351/> (Abgerufen am 15.09.2016)

Variety: Cheney, Alexandra: "Jeffrey Katzenberg Predicts 3-Week Theatrical Window in Future" (2014) - <http://variety.com/2014/film/news/jeffrey-katzenberg-predicts-3-week-theatrical-window-in-future-1201166052/> (Abgerufen am 06.10.2016)

VoD Plattform Pentaflix.com - <https://www.pentaflix.com/about-filmmakers> (Abgerufen am 16.09.2016)

Vox.de "making of" - <http://www.vox.de/sendungen/making-of-2209181.html> (Abgerufen am 22.09.2016)

Wikipedia: "The island of Dr. Moreau" - https://en.wikipedia.org/wiki/The_Island_of_Doctor_Moreau (Abgerufen am 31.08.2016)

Wikipedia: Eintrag zu "The Dark Tower" Romanserie - https://en.wikipedia.org/wiki/The_Dark_Tower_series (Abgerufen am 19.09.2016)

Winners, Jörg: "Marketing" (o. J.) - <http://winners.gmxhome.de/marketing.htm> (Abgerufen am 16.09.2016)

Wulff, Hans Jürgen; „Featurette“ (2011) - <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=1516> (Abgerufen am 24.07.2016)

10. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Paratexte.....	5
Kaufmann, Thorsten: „Make me (not) believe “ (2011), S. 13	
Abbildung 2: Cover Apocalypse now, Hearts of Darkness, Rain of Madness.....	16
http://www.imdb.com/title/tt0102015/mediaviewer/rm340858880	
http://www.imdb.com/title/tt0078788/mediaviewer/rm1953961728	
http://www.imdb.com/title/tt1286750/mediaviewer/rm1461094912	
Abbildung 3: Bildebene Making-of "The Hateful Eight".....	26
Eigene Erstellung	
Abbildung 4: Tonebene Making-of "The Hateful Eight".....	26
Eigene Erstellung	
Abbildung 5: Bildebene Making-of "The Hunger Games: Mockingjay - Part 2".....	27
Eigene Erstellung	
Abbildung 6: Bildebene Making-of "The Hunger Games: Mockingjay - Part 2".....	27
Eigene Erstellung	
Abbildung 7: Bildebene Making-of "Hugo".....	32
Eigene Erstellung	
Abbildung 8: Tonebene Making-of "Hugo".....	32
Eigene Erstellung	
Abbildung 9: Die Hauptcharaktere im Making-of zu "Waltz with Bashir".....	40
Screenshots aus "Waltz with Bashir" (2008)	
Abbildung 10: Making-of "Waltz with Bashir" Referenzvideo.....	42
Screenshots aus "Waltz with Bashir" (2008)	
Abbildung 11: Kadrage in "Full Tilt Boogie".....	66
Screenshots aus "Full Tilt Boogie" (1997)	
Abbildung 12: Bild zu Richerd Stanley in "Lost Soul".....	73
Screenshot aus "Lost Soul" (2014)	
Abbildung 13: Verwertungskette.....	90
Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung" (2012), S.83	
Abbildung 14: Erlöse in den USA.....	91
Wendling, Eckhard: "Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung" (2012), S.87	

11. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bewertungen zu "Incident at Loch Ness".....	15
Tabelle 2: Bewertungen zu "Tropic Thunder" und "Rain of Madness".....	17
Tabelle 3: Bewertungen zu "Lost in La Mancha".....	46

Tabelle 4: Bewertungen zu "Apocalypse Now" und "Hearts of Darkness"	54
Tabelle 5: Bewertungen zu "From Dusk Till Dawn" und "Full Tilt Boogie"	63
Tabelle 6: Bewertungen zu "The Island of Dr. Moreau" und "Lost Soul"	68
Tabelle 7: Bewertungen zu "Fitzcarraldo" und "Burden of Dreams"	74

12. Mediagraphie

Filme

Coppola, Francis Ford: „Apocalypse Now“ (1979)

Folman, Ari: „Waltz with Bashir“ (2008)

Frankenheimer, John: „The Island of Dr. Moreau“ (1996)

Gilliam, Terry: „Twelve Monkeys“ (1995)

Herzog, Werner: „Fitzcarraldo“ (1982)

Mann, Michael: „The Insider“ (1999)

Rodriguez, Robert: „From dusk till dawn“ (1996)

Scorsese, Martin: „Hugo“ (2011)

Scott, Ridley: „Blade Runner“ (1982)

Spielberg, Steven: „Jurassic Park“ (1993)

Penn, Zak: „Incident at Loch Ness“ (2004)

Werker, Alfred L.: „The Reluctant Dragon – Behind the scenes at Walt Disney Studio“ (1941)

Making-ofs

Blank, Les: „Burden of Dreams“ (1982)

Bouzereau, Laurent: „The Making of Steven Spielberg's 'Jaws'" (1995)

De Lauzirika, Charles: „Dangerous Days“ (2007)

Fulton, Keith, Pepe, Louis: „The Hamster Factor and Other Tales of Twelve Monkeys“ (1996)

Fulton, Keith, Pepe, Louis: „Lost in La Mancha“ (2002)

Gregory, David: „Lost Soul: The Doomed Journey of Richard Stanley's Island of Dr. Moreau“ (2014)

Hickenlooper, George, Bahr, Fax: „Hearts of Darkness: A Filmmaker's Apocalypse“ (1991)

Hollander, Erik: „The shark is still working“ (2007)

Kelley, Sarah: „Full Tilt Boogie“ (1997)

Kubrick, Vivian: „Making the Shining“ (Kurzfilm) (1980)

Making-of zu „Waltz with Bashir“ (2008)

Making-of zu „Jurassic Park“ (1993)

Making-of zu „The Insider“ (1999)

Matessino, Michael: „The Thing: Terror Takes Shape“ (1998)

Pavich, Frank: „Jodorowsky's Dune“ (2013)

Toennies ,Barbara: „Shoot the Moon“ (2012)

Youtube

"Frenzy Official Trailer #1 - Bernard Cribbins Movie (1972) HD" - <https://www.youtube.com/watch?v=0gWjZpkkkls> (Abgerufen am 13.08.2016)

"harry potter deathly hallows part 1 behind the magic" - https://www.youtube.com/watch?v=vW-_0LxsKAs

"Hearts of Darkness: A Filmmaker's Apocalypse" (1991) Trailer - <https://www.youtube.com/watch?v=lxowb5lQRuI> (Abgerufen am 20.09.2016)

Lost Soul: The Doomed Journey of Richard Stanley's Island of Dr. Moreau - Official Trailer - (2015) - https://www.youtube.com/watch?v=0y_wLNe15x0 (Abgerufen am 20.09.2016)

MAKING OF HEIMAT - Trailer - <https://www.youtube.com/watch?v=miSdkMYeXKM> (Abgerufen am 20.09.2016)

Making-of zu "The Hateful Eight" - <https://www.youtube.com/watch?v=yGI7nns8xAU> (Abgerufen am 24.07.2016)

Making-of zu "The Hunger Games: Mockingjay - Part 2" - <https://www.youtube.com/watch?v=NJGvt9jjVAw> (Abgerufen am 23.07.2016)

Making-of zu "Honig im Kopf": <https://www.youtube.com/watch?v=YwxThPJ2YtM> (Abgerufen am 23.07.2016)

"Superman Returns - Bryan's Journals" - <https://www.youtube.com/playlist?list=PLFDAF697EA1F5530A> (Abgerufen am 26.09.2016)

"The Hateful Eight Featurette - Ultra Panavision (2015) - Quentin Tarantino Movie HD" - <https://www.youtube.com/watch?v=SGg2N32Z-co> (Abgerufen am 24.07.2016)

"The Hateful Eight: Behind the Scenes Movie Broll - Quentin Tarantino, Samuel L. Jackson " - <https://www.youtube.com/watch?v=ahwEErmqgy4> (Abgerufen am 26.09.2016)

"The Hobbit: An Unexpected Journey" Full | All of Production Blogs 1-9" - <https://www.youtube.com/watch?v=qWuJ3UscMjk> (Abgerufen am 26.09.2016)

"Psycho (1960) Theatrical Trailer - Alfred Hitchcock Movie" - <https://www.youtube.com/watch?v=DTJQfFQ40II> (Abgerufen am 13.08.2016)

Youtube Kanal von Warner Bros. Pictures - <https://www.youtube.com/user/WarnerBrosPictures> (Abgerufen am 22.09.2016)

Youtube Kanal von moviepilot - <https://www.youtube.com/user/moviepiloten> (Abgerufen am 22.09.2016)

13. Anhänge

13.1 Interviews

13.1.1 Trüby Larissa

Interview vom 31.08.2016

Larissa Trüby

Regisseurin und Produzentin

Wie kamst du dazu Making-ofs zu machen?

Ich habe an der HFF München Dokumentarfilm und Fernsehpublizistik studiert und bin dann nach Berlin gezogen, während ich an meinem Abschlußfilm gearbeitet habe. In der Zeit habe ich für Tom Tykwer gearbeitet. Dieser hatte gerade den Film "Der Krieg und die Kaiserin" abgedreht. Es gab relativ wenig Material vom Set, aber ich konnte z.B. mit Material von Outtakes der Kamera arbeiten und zusätzlich Interviews mit Cast und Crew drehen. Ich habe mich damals durch jegliches vorhandene Material gewühlt und das Making-of gemacht. Die meisten Making-ofs habe ich für Filme von Tom Tykwer gemacht. Der größte Auftrag war das Making-of zu "Das Parfum" zu machen. Es war eine recht lange Arbeit, weil man von der Vorproduktion über die Produktion bis zur Postproduktion mit dabei war. Das Making-of ist eine Stunde lang geworden, aber wir hatten noch viele kleine Zusatzclips und Features zu speziellen Themen.

Warst du bei "Das Parfum" allein als Making-of am Set oder hattest du ein Team?

Bei allen Making-ofs habe ich mit einem Cutter in der Postproduktion gearbeitet und sonst habe ich bei den längeren Arbeiten wie "Das Parfum" und "The International" die B-Roll Kamera selbst gemacht, bei anderen Projekten hatte ich ein Kamera-Team. Bei manchen Projekten hat man ein EPK Team und ein Making of Team. Das Making-of Team ist oft am Set. Das EPK Team ist dann für ein paar ausgewählte Tage am Set. Früher hatte das EPK-Team die größeren Kameras, das machte einen Unterschied von der technischen Qualität. Das heißt, ich habe Material vom EPK-Team bekommen und welches von meinem an sie gegeben. Man arbeitet da zusammen.

Dass ein Making-of Team nur wenige Tage am Set ist bezieht sich also eher auf das EPK Team?

Das ist keine Grundregel, aber wenn man bei Projekten zwei Teams hat, dann ist es so, dass das EPK Team nur tageweise da ist und das Making-of eher öfter.

Würdest du sagen, das es die richtige Vorgehensweise ist, die gesamte Zeit vor Ort zu sein,

oder ist es für die Branche eher üblich, das man nur zum Teil da ist?

Ich glaube für die Branche ist es mittlerweile üblich, dass man sich von einer Firma das Making-of oder EPK Team für ein paar Tage reinholt. Wenn es den Wunsch einer genaueren Dokumentation gibt, wenn es ein spezielles Projekt ist, oder wenn jemand z.B dem Regisseur enger verbunden ist, dann kann natürlich auch ein Making-of Team an vielen Drehtagen dabei sein. Es ist auch eine Geldfrage, jemand die ganze Zeit dabei zu haben, ist ein großer Unterschied.

Wie viel Making-ofs hast du schon gemacht?

Vielleicht zehn in den letzten zehn Jahren. Das letzte Making-of, dass ich vor kurzem fertig gemacht habe ist zu "A Hologram for the King".

Wie lang dauert die Produktion eines Making-ofs? Wie lang dauert der Schnitt?

Es ist sehr unterschiedlich. Wenn ich für eine großes Making of 200 Stunden Material gedreht hatte, dann hatte ich auch mehrere Wochen für den Schnitt. Wenn man nur wenige Drehtage hat und das Making-of z.B. nur 15 Minuten lang werden soll, hat man natürlich entsprechend weniger Zeit im Schnitt, das hängt immer vom Projekt ab. Die Arbeit zieht sich oft über einen langen Zeitraum, da man oft während des Drehs keine Interviews mit den Schauspielern oder Regisseur machen kann. Das bedeutet, man muss nachdem der Film abgedreht ist, oft nochmal Interviews mit Schauspielern oder dem Regisseur machen und dann zieht es sich bis in die Post.

Ist dir aus dokumentarische Sicht das Authentische vor Ort am Set wichtig?

Aus dokumentarischer Sicht ist es immer toll, wenn man die ganze Zeit dabei ist und die Möglichkeit hat, Dokumentarisches mitzunehmen. Es ist einfach eine längere Studie. Man ist näher am Projekt und näher an den Leuten sozusagen. Also ja, es ist toll, wenn man das kann. Aber man muss auch sehen, dass der Spielfilmdreh immer Vorrang hat. Man muss sich da auch zurückhalten und manchmal stört ein Making-of Team auch an gewissen Drehtagen.

Unterscheidest du zwischen werblichen und dokumentarischen Making-ofs?

Nicht wirklich. Die Länge ist erst mal entscheidend. Darüber wird klar, wo der Fokus des Films liegt oder der Fokus derer, die den Film vermarkten möchten. Es geht natürlich darum, in der Zeit, die einem zur Verfügung steht, das Beste zu erzählen. Ein wichtiges Kriterium ist, ob es für die Leute ist, die den Film gerade gesehen haben oder eben für die, die ihn noch nicht gesehen haben. Das macht natürlich den Unterschied, wie genau man etwas auserzählt, also wie genau man auf den Inhalt des Spielfilms eingeht oder wie viel man zurückhält.

Was meinst du sind die Beweggründe eines Produzenten ein langes Making-of z.B. für die DVD machen zu lassen?

Ich glaube es hat auch etwas mit einer Leidenschaft für die jeweiligen Projekte zu tun. Zum einen

möchte man, wenn es ein größerer Film ist, oder eine Romanadaption ist, gerne jemanden dabei haben, der die Entstehung des Projekts dokumentiert. Zum anderen denke ich, wenn der Spielfilm z.B. auf historischen oder politischen Hintergründen basiert, geht man davon aus, dass es Stoff für eine Dokumentation bietet, in der man zeigen kann, wie das Projekt entstanden ist oder wo es Herausforderungen gab und natürlich was z.B. real historische Hintergründe waren, die den Spielfilm inspiriert haben. Kurz, dass das Making-of einen Film ergeben kann, der eine bestimmte Menge an Zuschauer interessieren könnte.

Ich glaube am Ende des Tages steht nicht im Vordergrund mit dem Making-of wirklich viel Geld zusätzlich zu machen, sondern, dass es durchaus Zuschauer gibt, für die es schade wäre, wenn sie keine Möglichkeit hätten, den Dreh so miterleben zu können.

Glaubst du das Making-of ist auch Imagepflege?

Weniger. Ich glaube es hat eher etwas mit der Leidenschaft für das Projekt zu tun.

Deine Erfahrung war also, dass die Making-ofs gemacht wurden, weil die Projekte einen Mehrwert hatten?

Ja genau. Ganz konkret war es bei Bernd Eichinger ganz klar so. "Das Parfum" war für ihn ein großes Projekt, das er lang machen wollte als Produzent. Es hat ihn viel Zeit gekostet, die Filmrechte zu bekommen. Ihm war es ganz wichtig, dass jemand dabei ist der den Entstehungsprozess festhält. Und es gab auch viele spannende Sachen bei diesem Projekt.

Waren Produzent oder Regisseur am Schnitt beteiligt?

Nicht direkt. Man macht es erst mal so, wie man es sich denkt und zeigt dem Regisseur und/oder Produzent eine Rohschnittfassung und die haben dann noch Ihre Anmerkungen, die man dann wieder umsetzt. Es kann wie gesagt auch sein, dass sich der Spielfilm noch ändert, dann macht man noch Anpassungen, das ist in der Regel aber nicht viel.

Wollte der Regisseur eine bestimmte Darstellung von sich im Making-of?

Nein. Es ist eine normale dokumentarische Zusammenarbeit.

Wie ist der Ablauf der Making-of Produktion?

Im Grunde ist es so: man bekommt vielleicht das Drehbuch und den Drehplan. Wenn man den Auftrag hat, spricht man sich mit dem Produzenten ab, wie viele Drehtage sinnvoll wären und wie viel das kosten würde. So kommt man auf die Anzahl der Drehtage und schaut, wann was gedreht wird, wann welche Schauspieler da sind, mit wem man Interviews machen möchte und wie das organisiert werden kann. Es wird entschieden, wann man am Set ist und geht zu den entsprechenden Drehtagen. Man versucht in der Regel während des Drehs schon Interviews zu machen und oft werden nach dem Dreh noch welche gemacht. Man nimmt gute Momente mit, z.B. Action Szenen, die man im

Besonderen zeigen will. Man wartet dann, in der Regel ein paar Monate, bis der Spielfilm fertig ist. Möglicherweise bekommt man eine vorläufige Fassung des Films und arbeitet vorerst mit dieser. In der Regel wartet man ein paar Monate bis der Spielfilm geschnitten ist und beginnt dann mit dem Schnitt des Making-ofs und holt ggf. noch Interviews nach. Man finalisiert das Making-of soweit es geht und setzt zum Schluss die finalen Szenen des Spielfilms ein.

Hattest du schon Probleme mit Personen am Set?

Nein, nicht wirklich. Aber jeder Schauspieler ist unterschiedlich. Manche haben es lieber wenn man die Probe dreht, den richtigen Take aber nicht. Manchen ist es egal und wieder andere mögen es wenn man beim tatsächlichen Dreh mitdreht, nicht aber die Proben. Man muss sich so positionieren, dass man nicht in der eye line des Schauspielers steht und man dennoch die Kamera mit im Bild hat, denn man möchte ja ein Bild haben in dem man sieht, dass gedreht wird. Es ist oft sehr eng und wenig Platz zwischen Kamera, Standfotograf, Boom Operator und allen anderen. Die Hauptaufgabe ist eigentlich, ein gutes Bild zu finden ohne jemanden zu stören, im Bild zu sein oder Wege zu verbauen. Bei manchen Szenen wird gesagt, bitte nur ein kleines Team, denn es nimmt natürlich etwas von der Konzentration. Aber in der Regel sind die meisten ganz entspannt damit. Es ist eben auch wichtig, ein Gespür zu entwickeln, wann man stört und wann nicht. Es ist immer besser viel Zeit zu haben, eben wie bei der genannten dokumentarischen Variante. Denn dann kann man mehr Rücksicht nehmen auf Team und Darsteller.

Wie würde dein Traum Making-of aussehen?

Es ist toll wenn sich hinter der Geschichte noch eine andere Geschichte entfacht. Das kann man aber auch nur mitverfolgen wenn man viel dabei ist. Was immer schön ist, wenn sich ein gewisser Entwicklungsbogen dokumentieren lässt, also das Projekt einen bestimmten Fokus hat und es diesen im echten Leben auch gibt und es sich im Team widerspiegelt Kurz, wenn auch das Making-of eine Geschichte erzählt.

13.1.2 Wagner, Stephanie

Interview vom 24.08.2016

Stephanie Wagner

Projektleitung Inhouse Produktion & Barrierefreies Kino

Constantin Film Produktion GmbH

Wie ist Ihr Werdegang und wie kamen Sie an Ihre Position?

Ich habe 1993 mein Abitur gemacht und diverse Praktika in der Filmbranche. Ich habe 1996/97 schon einmal bei der Constantin gearbeitet im Bereich Postproduktion und später Filmproduktion in Ludwigsburg an der Filmakademie studiert. Daraufhin habe ich ein paar Jahr als Producerin gearbeitet.

Auf Grund meiner Kinder habe ich eine Festanstellung gesucht und es ergab sich, dass sie bei der Constantin einen DVD Producer gesucht haben und nicht genau wussten, was derjenige machen soll. Ich habe mich dann darauf beworben und gesagt, dass ich mir zutraue, diese Stelle zu kreieren. Das haben wir auch gemacht. Ich bin eingestellt worden als Bindeglied zwischen Produktion und der DVD-Produktion, da es niemanden gab der die ganzen Beiträge, die auf den DVDs erschienen, eigenständig hergestellt und sich auf Produktionsseite darum gekümmert hat. Das habe ich dann gemacht. Es fing an mit "Das Parfum", bei dem wir eine sehr umfangreiche DVD gemacht haben. Diese Arbeit habe ich dann 8 Jahre gemacht bis sich bei uns im Haus personell etwas verändert hat und eine Kollegin die DVD-Produktion übernahm. Wir haben das ganze Bonusmaterial wieder sehr eingeschränkt. Für die Produktion für DVDs wird nur noch in seltenen Fällen speziell Geld ausgegeben, das orientiert sich mehr Richtung online. Daraus hat sich auch ergeben, dass wir auch mehr kleinere Beiträge produzieren.

In den letzten Jahren haben wir hier auch noch einen Ausbildungsbetrieb aufgenommen für Mediengestalter. Da ich auch Ausbilderin bin und mich um die Mediengestalter kümmere, haben wir eine interne Produktions-Unit aufgebaut, die sogenannte Inhouse Produktion. Mit dieser Unit, die zum Teil aus Azubis, zum Teil aus Kollegen besteht die bereits als Mediengestalter bei uns arbeiten, gehen wir auch an Sets, machen Interviews, drehen B-Roll und schneiden selber Beiträge und Making-ofs daraus. Deswegen der Titel Inhouse Produktion.

Gibt es von Constantin Film aus irgendwelche groben Richtlinien, wann es sich lohnt zu produzieren?

Es gibt keine Richtlinien in dem Sinn aber es richtet sich auch immer nach dem Aufwand des Projekts. Bei einem Projekt wie zum Beispiel "Fack ju Göhte", bei dem der Regisseur sehr Internetaffin ist und viele Ideen für zusätzliche Clips und Spots hat, da wird dann auch entsprechend viel produziert. Das sind dann nicht nur Making-of Geschichten sondern auch z.B. Aufsager mit Chantalle und Ähnliches. So etwas wird dann in solch einem Umfang produziert, der den Rahmen von anderen Filmen komplett

sprengt. Das kommt aber auch aus der Person des Regisseurs, weil der da sehr dahinter ist. Bei anderen Filmen ist es den Regisseuren total egal. Es gibt auch Filme bei denen Regisseure ungern ein Making-of Team am Set haben. Es kommt sehr auf die Personen an und natürlich auf das Produkt. Bei einem Film wie "Effi Briest", den wir vor Jahren gemacht haben, da drehen wir natürlich wie die historischen Aufnahmen gemacht wurden. In Berlin wurde die Straße Unter den Linden komplett mit Sand bestreut und morgens um 4 fingen sie an die Kutschen auffahren zu lassen. Das muss man natürlich für ein klassisches Making-of dokumentieren, aber es ist nichts woraus man dann später irgendwelche Online Clips macht.

Es kommt auch immer auf die Schauspieler an, was für eine Affinität die haben zu Begleitmaterial. Es gibt Schauspieler, die hassen Making-ofs und es kam auch schon vor, dass jemand das Making-of Team vom Set verwiesen hat. Wir machen alle nur unsere Arbeit und Mitarbeitern das Leben zu erschweren, fand ich ganz schön unfair. Wir haben ja nichts Privates gedreht sondern nur die Arbeit dokumentiert. Ich sage bei Kick-of Meetings, bei denen das Projekt vorgestellt und besprochen wird was welche Abteilung macht auch immer, ich kümmere mich um die produktionsbegleitende Dokumentation. Denn es ist ja oft nicht nur Making-of sondern auch für sonstige weitere Clips oder was es so gibt.

Also spezielle Faktoren kann ich nicht festmachen aber wie gesagt, wenn es ein großer Film mit einem großen Budget ist, dann hat man auch eher das Budget um ein Making-of-Team öfter hin zu schicken als bei einem kleinen Film, der sowieso kein Geld hat.

Was ist Ihre Definition von Making-of?

Für mich persönlich ist ein Making-of schon ein klassisches Making-of das zeigt, wie der Film entstanden ist. Wo die Effekte erklärt werden und jedes Gewerk ein wenig aus dem Nähkästchen plaudert und erzählt wie die speziellen Dinge entstehen.

Das finde ich auch nach wie vor interessant und finde, es hat einen Mehrwert für den Zuschauer. Nur ist es mittlerweile so, dass man viele Dinge schon gesehen hat. Das macht das Ganze wieder ein Stück weit redundant und vielleicht nicht mehr so spannend, wie es vor zehn Jahren vielleicht noch war.

Vor zehn Jahren war es wie gesagt noch so, da gab es Special Editions (DVD), und hier und dort noch einen Beitrag und das machen wir eigentlich gar nicht mehr.

Also auf die heutige Zeit gesehen, geht das alles wieder zurück mit dem Making-of Hype und es wird alles wieder weniger?

Würde ich schon fast sagen, ja. Also es verlagert sich schon sehr ins Internet und es muss alles möglichst lustig sein, habe ich so den Eindruck. Das Informative gerät ein wenig in den Hintergrund. Das ist mein Eindruck.

Aber auch da hängt es sehr vom Stoff ab. Natürlich kann ich bei einer Komödie wahnsinnig lustige Sachen machen und bei einem Drama natürlich eher nicht. Bei einem Drama ist es auch werblich

nicht zuträglich, etwas lustiges zu machen.

Aber auch bei einem Drama lässt sich das Ganze so verpacken, dass man es interessant gestaltet und Zusatzinformationen bietet.

Aber es ist dann im Zweifelsfall schwieriger.

Aber das ist dann vielleicht auch die Herausforderung.

Ja, das stimmt.

Das klärt dann auch schon die Frage, warum sie gemacht werden. Es ist auch aus Ihrer Sicht so, dass es zum einen Information und zum anderen Werbung ist?

Also eigentlich zu jedem Projekt, da es als Standard gesehen wird, kann man so sagen. Gerade bei uns ist es so, bei anderen Firmen wahrscheinlich auch, aber ich kann das nur mehr aus unserer Perspektive sagen. Wir erstellen zu jedem Film ein EPK. Ein Electronic Press Kit ist sozusagen das Pressematerial das man den Journalisten zur Verfügung stellt als Verleih, als Presseabteilung. Da sind die ganzen vorselektierten Interviews drin. Mit den wichtigsten Hauptdarstellern, Regisseur, Produzent, vielleicht einem großen Drehbuchautor oder so. Dann noch Trailer, B-Roll und Filmausschnitte, so dass sich die Journalisten daraus bedienen können und ihre Beiträge daraus schneiden können. Dieses EPK müssen wir ja für jeden Film herstellen. Ich arbeite ziemlich eng mit unserer Presseabteilung zusammen und spreche auch ab, wer die EPK-Interviews macht. Wir beauftragen meist Firmen dafür, aber neuerdings haben wir wie gesagt auch diese Inhouse Unit mit der wir das bei kleineren Projekten auch selber machen.

Das heißt, sobald die Presseabteilung eine Firma beauftragt das EPK zu machen, ist diese Firma natürlich mit Kamera am Set und dreht an dem Tag auch B-Roll mit. Das heißt wir suchen natürlich schon, das machen wir aktuell auch für "Das Pubertier", Drehtage aus, an denen wir die Schauspieler für das Interview kriegen, aber auch gleichzeitig spektakuläre Szenen haben, die man auch gleich mit dokumentiert, damit wir dann aus beidem zusammen ein Making-of oder andere Online-Clips schneiden können. Insofern machen wir bei jedem Projekt automatisch etwas.

Das heißt das meiste, was auch in Ihren Aufgabenbereich fällt, und jetzt noch gemacht wird, ist nur noch das EPK, was schlussendlich noch zu einem Making-of gemacht wird, sehe ich das richtig?

Wie gesagt, handelt es sich bei dem EPK nur um die Organisation der Interviews, das macht eine Kollegin in der Presseabteilung. Aber ich spreche mich eben mit ihr ab und wie gesagt bei machen Sachen [Projekten] ist es dann mehr, bei dem ich eben auch mehr mache. Bei anderen ist es so, dass wir nur etwas drehen und ich kümmere mich später nur um den Schnitt. Oder wir schneiden hier im Haus. Es ist immer ganz unterschiedlich.

Das heißt über die EPKs werden dann die Interviews auch größtenteils abgehandelt, die man dann auch im Making-of verwendet?

Genau. Bei manchen Projekten, wie z.B. "Tim Thaler", da haben wir das EPK von "Maz und Movie" produzieren lassen, einer Firma aus Berlin, mit der wir sehr viel zusammenarbeiten und die sehr gut sind auf dem Gebiet. Zusätzlich hatten wir die Idee, das ist ein spezieller Fall, für die Entstehung einer Szene, bei der wir sozusagen vom Casting bis zur Premiere alles zeigen wollen, was eigentlich dahinter steckt. Das war eine Idee vom Regisseur Andreas Dresen, der gesagt hat, eigentlich will er nicht nur das klassische Making-of zeigen: Dreharbeiten und dann ist Schluss, sondern diesen ganzen Aufwand von der Romanadaption, über Casting, Kostümprouben, Visual Effects. Eben alles bis zur Mischung am Schluss, wie aufwendig das ist. Wenn man so etwas noch als Zusatzbeitrag für den Film macht, muss man natürlich noch Gewerke interviewen, die man für das EPK nicht braucht. Also Mischtonmeister, Special Effekter oder was auch immer. Das sind dann wieder Interviews um die ich mich kümmere. Ich habe in dem Fall eine Filmemacherin mit der ich zusammenarbeite. Mit der spreche ich mich ab. Sie dreht z.B. Orchesteraufnahmen in Berlin, Ich drehe in München dann noch die Visual Effects Abteilung. Solche Sachen. Das gibt es auch und ist wie gesagt wieder projektabhängig.

Für das EPK werden hauptsächlich die Hauptdarsteller und zwei, drei wichtige Positionen interviewt, das wird dann auf den Presseserver gestellt und ist für die Journalisten zugänglich. Alle anderen Sachen, die wir so machen, verarbeiten wir intern oder eben die Firma, die etwas für uns produziert.

In dem Fall war es vom Regisseur initiiert das Ganze.

Ja, genau, und das halte ich immer für ganz wichtig, weil ich mal an einem Set war, da hat die Regisseurin gesagt hat: "Och nee Making-of kann ich nicht leiden". Dann ist da auch eine ganz schlechte Stimmung. Als Making-of-Team bist du sowieso so ein Underdog weil du wahrscheinlich nur tageweise da bist. Du bist nicht so integriert ins Team. Du musst möglichst nah an die Leute ran um gutes Material zu kriegen, aber wer möchte schon bei seiner Arbeit gefilmt werden, das nervt ja auch total. Es ist eine Gratwanderung und man braucht Fingerspitzengefühl und man muss ein guter Typ sein um das effektiv hinzubekommen. Das ist schon die halbe Miete und wenn man einen Regisseur hat, der das befürwortet, dann ist es um einiges einfacher, denn am Set ist das Arbeiten doch sehr hierarchisch.

Die Entscheidung darüber wie groß das Making-of wird, was rein genommen wird, wird es nur ein EPK, wird es etwas größeres, wer ist dafür mit verantwortlich?

Das bin ich schon auch. Zum Beispiel bei "Er ist wieder da", hatten wir ganz klassisch EPK und B-Roll gedreht, aber es war ursprünglich nicht geplant ein Making-of zu machen. Da bin ich dann zu den Produzenten gegangen und hier zum Vorstand und habe gesagt: "Ich finde das so einen relevanten Film und die Machart ist so außergewöhnlich, lass uns da doch ein Making-of produzieren". Und dann habe ich nochmal ein Budget von 10.000€ freigeschaufelt gekriegt und dann konnte ich das

sozusagen beauftragen, dass man da noch ein Making-of schneidet. Das ist dann zum Teil schon auch auf meinem Mist gewachsen. Das braucht einen Initiator aber es ist letzten Endes auch immer eine Budget-Entscheidung, wenn die Produzenten sagen, wir haben da kein Geld mehr oder die Herstellungsleiter. In manchen Fällen übernimmt das auch der Verleih aber das ist bei uns wieder eine Spezialsituation. Ich habe schon in anderen Produktionen gearbeitet, die haben natürlich keinen Verleih mit im Haus, das ist dann wieder etwas anderes.

Was ist der Unterschied zwischen werblichen und dokumentarischen Making-ofs?

Es ist natürlich ein ganz massiver Unterschied zwischen einem werblichen Making-of und einem das man nur, sag ich mal, für die DVD macht. Bei "Winterkartoffelknödel" haben wir als Ausbildungsprojekt ein Making-of für die DVD gemacht. Das ist eine halbe Stunde lang. Das enthält alles Mögliche und hätte man das vor dem Film angeschaut, dann hätte das sehr viel gespoilert. Das will man ja auch nicht. Deswegen sind natürlich die Making-ofs, die man vor dem Film als Pressetool oder auch online einsetzt, sehr viel werblicher, als die klassischen Making-ofs, die man informationsmäßig mit auf die DVD tut.

Welche haben Sie denn schon angeschaut?

Ich habe diverse Hollywood Making-ofs angeschaut z.B zu "Suicide Squad" oder "Die Tribute von Panem". Da habe ich mir sehr viele werbliche Sachen angeschaut. Ansonsten habe ich geschaut welche sehr dokumentarisch sind. Da habe ich "Burden of Dreams" oder natürlich auch "Lost in La Mancha" geschaut.

Das sind die worauf ich schlussendlich hinaus will. Wenn man DVD Making-ofs anschaut wie z.B. zu „Jurassic Park“, dann sind die schon recht dokumentarisch, aber es fehlt die, ich nenne es mal, emotionale Tiefe. Da geht z.B. "Lost in La Mancha" noch viel weiter in das emotionale, dokumentarische, was nochmal eine andere Wirkung hat.

Es hängt ganz arg an den Machern. Die Making-ofs über die wir bisher gesprochen haben, die wir hier so machen, produktionsbegleitende Dokumentation, das kann nicht wirklich emotional sein, wenn man nicht jeden Tag dabei ist und irgendwelche Katastrophen passieren. Bei "Lost in La Mancha", ich weiß nicht wer es gemacht hat, aber es muss ein Dokumentarfilmer gewesen sein. Es war mit Sicherheit kein einfaches EB-Team, das mal tageweise da war, sondern jemand der die Dreharbeiten sehr gehaltvoll dokumentieren wollte und dann ist alles den Bach runter gegangen. Das ist die Dramatik in der Geschichte die den Film auch ausmacht. Das kann man im Voraus auch gar nicht planen.

Ich finde es auch immer wahnsinnig schwierig für Making-ofs Konzepte zu machen, denn man kann sich die Sachen zwar ausdenken, aber es passiert am Ende sowieso alles anders als man denkt. Es ist immer so ein bisschen verlorene Liebesmüh. Außer man skriptet irgendwelche Clips, aber das hat dann mit diesen emotionalen Making-ofs wie Sie es gerade beschrieben haben, nichts zu tun. Das ist ja dann schon eher ein echter Dokumentarfilm als ein Making-of in dem Sinn.

Wenn der Film damals normal gedreht worden wäre, dann wäre diese Dokumentation nicht erschienen.

Das mag sein. Der Regisseur Terry Gilliam hat schon davor bei "Twelve Monkeys" ein Making-of gemacht. Ich habe gelesen es waren zwei Studenten, die von Gilliam eingeladen wurden, die Produktion dokumentarisch zu begleiten. Und auch da hat es sich schon gelohnt und es kam ein Making-of heraus, dass auch schon sehr interessant ist.

Ja, aber das funktioniert dann auch nur, weil er das will. Bei "Das Parfum", gab es auch wahnsinnig viel Material. Über 200 Stunden oder so. Und das kam daher, da die damalige Assistentin von Tom Tykwer das gedreht hat. Das heißt sie kam auch ganz anders an die Leute ran und das macht sehr viel aus.

Gibt es Projekte bei denen das Filmteam die ganze Zeit dabei ist?

Dazu kann ich sagen, wenn wir mit S&L oder Maz und Movie zusammenarbeiten, haben sie mit denen schon gesprochen?

Nein, die hatte ich noch nicht auf dem Schirm

S&L ist eine Firma hier in München die für uns EPK und Making-of produziert. Die sind sehr gut. Und Maz und Movie ist eine sehr sehr gute Firma in Berlin, mit der wir auch arbeiten. Die sind darauf spezialisiert, diese Beiträge für Produktionsfirmen herzustellen.

Die machen weniger die informativen Making-ofs sondern mehr die werblichen mit Sprecher drauf, was ja auch nochmal einen ganz anderen Charakter kriegt.

Wegen der Länge hatten Sie auch noch eine Frage, die wollte ich auch noch kurz beantworten. Wir produzieren meistens 10-20 Minuten wenn wir wissen, wir packen es auf die DVD und machen für Online und die Bewerbung nochmal Downcuts von 3-5 Minuten.

S&L ist denke ich auch eine sehr interessante Firma für Sie, denn die verkaufen ihre Arbeit in Verbindung mit einem TV Slot. Sie haben bei, ich weiß es nicht genau, Vox oder Sat 1 oder so, Slots. Die sind nicht wahnsinnig attraktiv, irgendwann um Mitternacht wo sie Sendungen bestücken, in denen drei- oder fünfminüter gezeigt werden, die sehr werblich sind und auch meist einen Sprecher drauf haben, der noch ganz viele Fakten formuliert. Das ist natürlich für manche Projekte auch interessant weshalb man da gerne mit S&L zusammenarbeitet, weil sie das auch gleichzeitig programmieren können.

Beide Firmen arbeiten auch mit diversen Onlineplattformen zusammen, bei denen sie die Beiträge auch platzieren. Wobei sie auch selbst noch Mediaagenturen haben, die das machen, aber das ist nochmal eine andere Dimension.

Es gibt auch zum Teil Kooperationen, bei denen man exklusiv ein Making-of einer Website zur

Verfügung stellt für drei Tage und danach erst anderen zugänglich macht. Es gibt alle möglichen Varianten in diesem Marketingbereich.

Jetzt nochmal zu der Frage, ob wir Teams während des ganzen Drehs mitschicken. Wenn wir Firmen beauftragen, dann machen wir das nicht, da die sehr viel Geld kosten pro Drehtag. Da suchen wir spezielle Drehtage aus, an denen die vor Ort sind. Wenn wir aber kleinere Projekte haben z.B. "Gut zu Vögeln" oder "Bruder vor Luder", was so ein klein budgetierter deutscher Film ist und wo es nicht wahnsinnig darauf ankommt, wie das Material am Ende aussieht. Da habe ich damals eine Auszubildende hingeschickt und ihr eine Kamera mitgegeben und ihr gesagt: "Hier, du bist jetzt fünf Wochen beim Dreh dabei"

Dann ist sie jeden Tag dabei, hat einen ziemlich guten Zugang zu den ganzen jungen Leuten gehabt und hat daraus natürlich sehr gutes Material generiert. Und zugleich hat sie die Abläufe am Set mit gelernt. Es ist eine Spezialität, die sich hier im Haus in den letzten Jahren herauskristallisiert hat, dass wir bei bestimmten Projekten Ausbildungsprojekte draus machen. Damit haben wir sehr viel Mehrwert für unsere Auszubildenden, da die den kompletten Drehablauf mitlernen und gleichzeitig lernen mit dem Equipment umzugehen. Meist entsteht auch sehr gutes Material daraus und die jungen Leute können sich auch gleich hier hinsetzen und Clips oder Making-ofs draus schneiden.

Meine Auszubildende hat damals auch aus dem Material ein sehr sehr gutes Making-of geschnitten, das dann auch auf die DVD gekommen ist. Das ist auch eine Motivation und ein sehr schönes Ausbildungstool, das wir in den letzten Jahren hier eingeführt haben.

Wie lang ist das Making-of dann geworden?

Eine viertel Stunde.

Das ist dann aber gut zusammengekürzt worden, bei 5 Wochen Dreh.

Ja, das muss ja auch fetzig sein. Ich mein, das kann dann nicht langweilig werden, sondern muss knackig geschnitten sein.

Bei "Schweinskopf al dente" zum Beispiel haben ich und eine Kollegin aus der Presseabteilung die Interviews gemacht. Da haben wir auch als Ausbildungsprojekt das Making-of produziert. Genauso wie schon bei "Winterkartoffelknödel", was der Vorläufer dazu war aus der Reihe. Ich habe immer mehrere Azubis als Team am Set die drehen. Die wichtigen Interviews machen meine Kollegin und ich und alle anderen Sachen machen die Azubis selbstständig. Danach haben die hier einen Schnittplatz und dürfen sozusagen das Making-of schneiden. Das ist ein sehr effektiver Lerneffekt und wir haben sehr schönes Material daraus generiert.

Bei "Schweinskopf al dente" haben wir ganz viele Online Clips produziert hier im Haus, die wahnsinnig erfolgreich sind im Netz. Der eine hat schon etwa 300.000 views gehabt. Das ist ziemlich cool, da wir nicht viel Geld dafür ausgeben aber eine sehr große Reichweite damit haben.

Das ist eine sehr schöne Entwicklung, dass man das versucht zu kombinieren. Das geht natürlich nicht bei jedem Projekt, aber bei der Eberhofer Reihe, das ist jetzt schon der vierte Film, da kennen wir das Team gut, da kennen wir den Regisseur gut und der unterstützt das auch. Da kann man das auch machen.

Das ist eine Spezialität unseres Hauses würde ich mal behaupten.

Welche Technik bekommen die Azubis für ihre Arbeit?

Wir haben eine Canon Mark 3 mit einem Ninja der in Full HD aufzeichnen kann, ein entsprechendes Kamera-Rig und Funkstrecken. Wir haben schon eine Basis an Technik angeschafft vor ein paar Jahren mit der man das machen kann, aber das müssen wir demnächst auch mal wieder anpassen.

Wird also im Team, einer mit Kamera, einer mit Tonangel gearbeitet oder eher eine Kamera mit Kameratön?

Klassische B-Roll -Aufnahmen machen wir nicht mit der Angel aber bei Interviews ist eine Angel dabei und es wird gegebenenfalls eingeleuchtet. Das kommt immer auf die Situation an. Bei diesen Ausbildungsdrehs habe ich immer darauf geachtet, dass es ein Team von 2-3 Leuten ist, die sich zum Teil auch abwechseln mit den Geräten, damit jeder etwas lernen kann.

Wie ist ihre Einschätzung zum Verkauf von dokumentarischen Making-ofs als DVDs. Kann sich das lohnen? Oder anders gefragt, wenn es einen besonders komplexen Dreh gibt oder viel schief geht oder ähnliches, würde Constantin Film das als Einzel-DVD rausbringen können und wollen?

Ich persönlich schon, aber wie ich diese Firma kenne, kann ich diese Frage ganz klar mit nein beantworten. Als ich hier vor 10 Jahren als so genannte DVD- Producerin angefangen habe, habe ich von unserem Home Entertainment Vorstand gesagt bekommen, es verkauft sich keine DVD mehr wegen Bonusmaterial. Diese Ansicht hat er bis heute beibehalten, deswegen glaube ich nicht, dass man extra einen Bonus auf eine DVD packt und extra verkauft. Da sind die Vertriebswege und die ganze Maschinerie zu aufwendig.

Vor 5 Jahren habe ich die Dokumentation "Der Bernd" über Bernd Eichinger produziert hier im Haus. Eine sehr aufwendige Produktion. Das habe ich gemacht nachdem Bernd gestorben war. Wir hatten eine große Bernd Eichinger DVD Box rausgebracht mit alle seinen wichtigen Filmen. Die Box gibt es auch und da ist die Doku als DVD mit enthalten aber sie ist nie extra auf den Markt gekommen obwohl sie wahnsinnige Presseresonanz hatte, sehr gut gemacht ist und auch als eigenständiger Film sehr gut funktioniert. Sie lief auf dem Münchner Filmfest und auf ein paar anderen, hatte sehr positive Resonanz in der Presse und auch in der Branche und bei Kollegen. Es waren auch Kinos interessiert, den Film zu zeigen aber das war vom Haus nicht gewünscht.

Es war ein sehr aufwendig produzierter Film. Wir haben sehr viele Leute interviewt. In Berlin, Köln, München, LA. Es waren mehrere Filmemacher zugange, weil unser Vorstand nicht wollte, dass es ein

Filmmacher ist, sondern mehrere zusammen.

Das zeigt glaub ich ganz gut, dass wir so etwas nicht machen würden. Und wir haben ja große Projekte dokumentiert. Von "Das Parfum" haben wir ein riesen Making-of, das ist über eine halbe Stunde lang glaube ich. Und wir haben 20 Zusatzbeiträge von denen nur 10 veröffentlicht wurden, weil wir dachten wir machen noch eine Special Edition. Da hätten wir wahnsinnig viel Material, aber es würde sich nicht rechnen, das zu produzieren. Genauso bei "Drei Musketiere" oder "Baader Meinhof Komplex". Die ganzen großen Filme die wir gemacht haben, da könnte man locker ein einstündiges Making-of produzieren aber das war nicht gewünscht und das würde auch nicht separat auf den Markt kommen. Also nicht bei unserer Firma.

Das ist sehr schade

Ja, aber ich weiß auch nicht so recht. Werden diese Making-ofs wirklich konsumiert? Das sind hauptsächlich Leute die sich für Film interessieren. Das ist die breite Masse nicht. Wenn ich mich mit einem Malermeister Freund unterhalte, der interessiert sich dafür nicht.

Für Online ist es zu aufwendig und für DVD, wenn man schaut für welchen Preis die DVDs am Ende bei Aldi an der Kasse liegen, das ist schon bitter wenn man weiß wie viel Arbeit man da rein gesteckt hat und wie viel das gekostet hat. Insofern kann ich unseren Home Entertainment Vorstand verstehen, wenn er sagt, er verkauft keine DVD mehr wegen dem Bonusmaterial. Was mich interessieren würde ist, ob die VoD Anbieter nicht Interesse haben, Bonusmaterial anzubieten für 10 Cent mehr oder so.

Die Frage kam mir auch schon aber da hatte ich bisher noch keine Zeit zu fragen, was die dazu sagen.

Wir haben eine immer größer werdende VoD Abteilung im Haus und ich habe mit denen auch schon gesprochen und gefragt ob sie das nicht mit anbieten wollen, aber es war nie groß Thema bei denen. Das wundert mich ein bisschen, weil ich denke, die ganzen Plattformen brauchen doch alle ohne Ende Programm und es wäre doch das einfachste diese Dinge mit anzubieten.

Ein weiterer Aspekt, der ist bisher auch noch nirgends aufgetaucht und den ich sehr spannend finde, ist das Thema virtual reality und 360° Dreh. Das habe ich bei zwei Filmen gemacht. Bei der Eberhofer Reihe haben wir einen Clip in 360° gedreht.

Es ist eine Bayrische Krimi Komödie. Eberhofer wohnt auf einem Bauernhof und an dem Drehtag an dem wir auf dem Bauernhof waren, haben wir einen 360° Clip gemacht von den Dreharbeiten. Man steht quasi selber in diesen Dreharbeiten drin. Das ist ein sehr schöner Mehrwert den man für diese Projekte hat, finde ich. Ich habe das zum ersten mal kurz vor Weihnachten bei "Star Wars" gesehen. Da gab es im Netz ein Clip, da konnte man mit so einem Teil mitfliegen. Das fand ich sehr beeindruckend. Das schaut man sich ganz oft an, da fliegt man mit und schaut mal nach links und mal nach rechts. Ich habe nur ein Tablet aber allein schon mit damit oder dem Iphone mitzufliegen fand ich total cool. Dann haben wir das für die Eberhofer Reihe gemacht. In der Bavaria Filmstadt gibt es aktuell eine Ausstellung „Filmkulisse Bayern“, und dafür haben wir einen VR Clip produziert mit eben

diesem Bayrischen Bauernhof von Eberhofer. Und das funktioniert total gut. Ich war bei der Ausstellung und habe mir das mit der VR Brille angeschaut. Wir haben Sound und Musik drauf gemacht und es ist ein richtig guter Clip. Das macht echt Spaß und ist auch echt ein Mehrwert. Das ist wo ich jetzt gerade hin will, dass man da mehr Richtung 360° macht für das Netz. Aber da muss ich erst noch unsere Marketing Abteilung hinführen sozusagen. Wir hatten Anfang des Jahres die Produktion "Jugend ohne Gott", da haben wir auch einen 360° Clip gedreht, aber noch nicht geschnitten.

Die Clips werden dann dementsprechend Online präsentiert?

Ja, genau, die werden Online präsentiert. Das funktioniert auf Youtube.

Aber ich denke da kann man noch viel mehr machen. Da muss man den Markt beobachten, da passiert noch einiges in den nächsten Jahren.

Ich persönlich würde solche Clips bei Online Spielen als Trailer nutzen. Aber, das ist alles noch Zukunftsmusik denke ich.

13.1.3 Windelboot, Petra

Interview vom 29.07.2016 mit Petra Windelboot

Petra Windelboot

Askania Media

Assistentin des Produzenten

Was macht einen gut zu vermarktenden Film aus?

Die Filmproduktionsfirmen sind Hersteller des Produktes (Film) für Öffentlich Rechtliche oder Private Sender. Es sind Auftragsproduktionen, bei denen die Rechte an dem Film meist komplett an die Auftraggeber abgetreten werden.

Das komplette Marketing für den Film wird vom Auftraggeber, z.B. dem Sender übernommen. Im Kinobereich ist der Verleiher für das Marketing zuständig. Der Produzent ist hier nur bedingt eingebunden. Der Produzent bringt den Film nicht raus. Der Sender setzt den Programmplatz fest und strahlt den Film aus. Entsprechend promoted er den Film und den Sendetermin.

Im Kino setzt der Verleiher den Starttermin fest. Davor werden verschiedene Kooperationen mit Partnern oder Medienpartnern oder klassische PR bis zum Start hin betrieben. Die Filmproduktion ist bei diesem Prozess nicht mehr beteiligt.

Das heißt, die gesamte Auswahl, welcher Film gemacht wird, läuft extern und Ihr bekommt dann nur gesagt dieser Film wird gemacht werden soll und was sich der Auftraggeber vorstellt?

Das kommt darauf an. Bei Kinofilmen wird eine Idee geboren und der Autor oder Regisseur kommt auf Produzenten zu und stellt seine Idee vor. Dieser ist dann im besten Fall interessiert und findet Geldgeber.

Das finanzielle Konstrukt setzt sich aus vielen Komponenten zusammen: Senderverkäufe, Verleih, Verleihgarantie, Weltvertrieb.

Es kommt auch auf den Produzent an. Unabhängige Produzenten greifen bei der Finanzierung z.B. auch auf Crowdfunding zurück. Im Fall eines Kinofilms mit einem Sendepartner ist man auch von dessen Vorstellungen abhängig.

Auch Senderpartner denken sich die Ideen meist nicht aus sondern kriegen sie von Produzenten vorgestellt. Die Sender entscheiden dann, ob der Film in ihr Format/Programm passt.

Wie weit seit ihr (als Filmproduktionsfirma) in die Produktion von Making-ofs involviert?

Da kommt es drauf an, ob für TV oder Kino produziert wird. Nicht jede TV Produktion wird mit einem Making-of begleitet. Ein konkretes Beispiel wäre die ARD Märchenreihe "Sechs auf einen Streich", eine Reihe von 60 Minütern die teilweise von Askania realisiert wurden. Hier wird vom Sender in eigenem Interesse ein Making-of Team beauftragt. Die Making-ofs werden zu Marketingzwecken zum Teil im Vorfeld als Werbung in den entsprechenden Programmen des entsprechenden Senders gezeigt und finden sich auch auf den DVDs wieder.

Im Kinobereich wird es im Einzelfall sehr unterschiedlich sein. Bei uns war es so, dass man mit dem potentiellen Verleiher, der den Film in die Kinos bringt, für Marketingzwecke und DVD Verwertung ein Making-of während des Drehs hergestellt hat. Dieses kommt auf die DVD und Teile werden manchmal auch für das EPK genutzt um Ausschnitte zu zeigen, sowie Interviews mit Regisseur, Hauptdarstellern oder sonstigen Gewerken. Die Ausschnitte des Making-ofs werden auch für Nachrichtenmagazine oder einschlägige Kinomagazine verwendet.

Dann macht es auch Sinn für diese (Marketing) Zwecke Internetplattformen wie Youtube zu verwenden?

Absolut. Das wird in der nächsten Zeit immer interessanter werden, da es leichter ist, das Material einer größeren potentiellen Zuschauergruppe zugänglich zu machen. Und weil es von den jüngeren immer mehr genutzt wird, deren Sehgewohnheiten haben sich geändert haben. Man schaut nicht mehr zu einer bestimmten Zeit ein bestimmtes Kinomagazine im Fernsehen um Informationen zu bekommen sondern vermehrt dann, wenn man eben Zeit hat.

Wie ist es mit Making-of Teams am Set? Wie oft waren die dort, was machen die da?

Im Vorfeld liest man sich das Drehbuch und den Drehplan durch. Beispiel TV: Die Redaktion legt fest,

welche Motive besonders schön sind, z.B. ein Schloss oder großer Platz oder besondere Szenen im Film z.B. eine Massenszene. Die würde sich im Making-of interessant machen weil man das Verhalten der Leute am Set da am besten beobachten kann. Bei einem klassischen TV Film mit 21-22 Drehtagen gibt es dann vielleicht 6-7 Drehtage die besonders interessant scheinen. Das Making-of Team wird dann direkt mit an das Set geholt und in Absprache mit der Aufnahmeleitung oder auch der Set Aufnahmeleitung wird festgelegt, wann das Making-of Team dabei sein kann, wann in der Mittagspause ein Interview mit einem Beteiligten gemacht werden kann oder wann ein Schauspieler wartet bis er wieder vor die Kamera muss und während der Maske oder im Kostüm Aufnahmen und Interviews gemacht werden können.

Das wird in den Produktionsablauf an den Produktionstagen bestmöglich integriert, so dass die Making-of Teams ihre entsprechenden Bilder machen können aber den Ablauf nicht aufhalten. Da man nur eine bestimmte Zeit am Tag drehen kann, kann das Making-of Team auch mal stören, was aber nicht wirklich vorkommt, wenn man sich gut abspricht und weiß was man will. Die Making-of Teams sind meist erfahrene Leute, die wissen wann sie übertreiben und wann sie „mehr ran gehen“ müssen. Das wird aber individuell vor Ort mit Regie, Produktionsleitung und Aufnahmeleitung abgestimmt.

Sind bei euch schon mal Dinge schief gegangen, die sich für Making-ofs eignen?

Ja, die Klassiker: Versprecher, Lachanfänge, der Tonmann, der seine Angel verliert, weil er gestolpert ist, solche Sachen passieren immer. Sie sind lustig und werden auch gerne benutzt. Besonders lustige Versprecher landen nicht nur im Making-of, sondern auch auf der DVD in den Outtakes. Die sind das Salz in der Suppe in Making-ofs. Wenn das im TV ausgestrahlt wird und sich der renommierte Schauspieler XY beim dritten mal immer noch bei einem Wort einen Knoten in der Zunge hat, ist das dementsprechend unterhaltsam.

Ist bei euch schonmal eine Produktion komplett aus dem Ruder gelaufen?

Nein, zum Glück noch nie. Das kann aber aus den unterschiedlichsten Gründen passieren. Zum Glück ist uns das nie passiert und soll auch nicht, da es ein großes finanzielles Risiko ist.

Wie viel kostet die Produktion eines Making-ofs? Wie viel wird dafür im Budget kalkuliert?

Das kann ich nicht genau sagen. Man kann sich so etwas zusammenrechnen. Wenn ich sechs Tage ein EB Team am Set habe, dann kostet das sechs mal den Satz eines EB Teams bestehend aus zwei bis drei Leuten. Die benötigen ein Auto. Dazu kommen Autor und Regisseur und das Ganze muss geschnitten werden.

Ich kann keine Zahl nennen aber sicher abhängig vom Umfang, des gewünschten Making-ofs.

Wie lang sind Making-ofs?

Wenn ein Sender ein Making-of in Auftrag gibt, hat er sicher schon einen Sendeplatz im Kopf der dann eine bestimmte Länge hat und das Making-of wird dementsprechend angelegt. Bei DVD Verwertungen

ist es „Open End“, das heißt die Länge kann selbst gesetzt werden.

Es kommt auch darauf an wie viel Material man hat. Wenn ich einem Film wie „Independance Day“ mit einem Making-of begleite, ist das sicher etwas anderes, wie wenn ich ein Kammerspiel begleite.

Unterscheiden Sie zwischen werblichen und dokumentarischen Making-ofs? Gibt es hier Abgrenzungen? Kannst du meine Annahmen bestätigen:

Dokumentarisch Making-ofs sind länger und haben dokumentarische Elemente. Werblich Making-ofs sind durchweg positiv, und verraten wenig vom Film.

Wir persönlich unterscheiden da nicht aber klar, das kann ich ja sehen, was du meinst. Es sind zum Teil Trailer in Langform, da zeige ich natürlich, je nach Film, nur positive und lustige Dinge. Wenn ich aber genau sagen will, wie der Film hergestellt wurde und wie die Intension des Regisseurs war, dieses Thema zum Filmthema zu machen, dann sind das natürlich zwei verschiedene Ansätze. Das eine ist klassische Werbung redaktionell verpackt wenn du so möchtest. Das andere ist der Herstellungsprozess des Films.

Es kommt sehr darauf an, was für ein Film es ist. Eine lustige Sommerkomödie lässt sich werblich anders nutzen. Da ist dann vielleicht nicht so interessant wie viele Kostüme eine Schauspielerin hatte. Wenn es aber ein historischer Kostümfilm ist, ist es doch interessant den Hintergrund zu sehen, die dokumentarische Seite: Wie viel Meter Stoff sind verbraucht worden, wie kam man darauf, die Kleidung für diesen Film genau so zu entwickeln.

Es kommt immer darauf an, in welche Richtung ich gehe. Möchte ich die Gewerke zeigen, wie entsteht der Look dieses Films, wie kommt der Ausstatter oder Szenenbildner zu dem Look, wie ist der weg dahin? Wer bestimmt das? Das andere ist eben, lustige Ausschnitte aus dem Film mit zu integrieren und den Vergleich zu zeigen: so sieht es im Film aus und so war es wirklich am Set.

Das dokumentarische lohnt sich also erst, wenn im Film etwas besonderes ist? Und zum Beispiel für einfache Komödien lohnt sich eher nur ein werbliches Making-of?

Bei leichten Komödien gibt es vielleicht einfach nicht so viele Ansatzpunkte. Aber hier kann dennoch der Regisseur oder Schauspieler für ein relativ kurzes MO interessant sein und der Zuschauer möchte bei einem bekannten Schauspieler oder Regisseur auch gerne Hintergrundwissen haben.

Die Zielgruppe ist schon immer entscheidend finde ich.

Werden bei allen größeren Spielfilmen und Kinofilmen Making-ofs gemacht?

Kann ich so bestätigen, man sieht ja, wenn ich eine DVD erwerbe sind Making-ofs oft dabei. Das ist ein Werbemittel und es ist für die Leute interessant zu sehen, wie der Film entstanden ist, wie das aussieht, wenn jemand vor Greenscreen dreht und dann hinterher das VFX hinzugefügt wird. Das ist schon für die Zuschauer interessant.

Je mehr Budget ein Film hat, desto leichter ist es natürlich auch ein Making-of zu realisieren, denn ein

Making-of Team muss auch finanziert werden. Die Bearbeitung und Fertigstellung ist ein großer Aufwand. Das muss natürlich finanziell abgesichert sein. Je größer das Budget eines Films insgesamt ist, desto größer auch die Chance, dass noch Geld für ein Making-of vorhanden ist.

Lohnt es sich ein Making-of als eigenständige DVD zu vermarkten?

Da sind wir vielleicht nicht der richtige Ansprechpartner.

Du musst eine Zielgruppe dafür haben und die ist für einzelne Making-ofs als DVD meist nicht gegeben.

Aber es hat schon lange Berichte im Fernsehen gegeben über Filme wie „Star Wars“ oder „Independence Day“. Das sind schon eigenständige Sendungen entstanden, die auch nichts anderes als Making-ofs sind. Die sind dann wie eine Dokumentation über die Herstellung des Films. Das nennt sich dann nicht mehr Making-of sondern die Doku zum Film sozusagen. Das ist aber nur eine Frage der Bezeichnung und wo es schlussendlich verwendet wird.

Making-ofs beleuchten die Herstellung des Films kritischer?

Ich denke nur ausführlicher. Ob es jetzt 20 Minuten lang ist und einen lustigen Film werblich betrachtet, oder ob es ein langes Making-of ist, das sehr dokumentarisch und ausführlich ist, hängt doch von der Filmthema ab. Letztendlich hat jedes MO das Ziel die Menschen mit Hintergrundinformationen zu versorgen aber sie natürlich auch für den Film zu interessieren, damit sie sich den anschauen.

Das Making-of ist ein Instrument, um das eigentlich Produkt vorzustellen. Zu bewerben wäre falsch aber es sagt, was diesen Film ausmacht.

Das sind alles Instrumente, jedes Making-of ob lang oder kurz ist dazu da, das eigentlich Produkt bekannt zu machen oder erlebens-/sehenswert. Es ist letztendlich ein Marketinginstrument aber das ist ja nicht unbedingt etwas schlechtes. Ich muss es ja nicht anschauen aber ich kann mich über ein ausführliches Making-of informieren, wie Dinge passiert sind. Das sind ja auch Dinge, die die Leute nicht wissen. Viele denken: „oh Film, tolle Sache“, aber das die Beteiligten zweidrittel des Tages mit Warten verbringen auf den nächsten Einsatz und dass so viel Vorarbeit geleistet wird damit ein Bild überhaupt entsteht, wissen sie nicht. Wie viele Minuten werden eigentlich am Tag gedreht und warum ist das eigentlich nur so wenig? Das sind die Sachen die da auch erklärt werden können.

Kannst du mir Namen von Firmen nennen die Making-ofs machen?

Nein, das kann ich deswegen nicht, weil die Firmen vom Verleiher oder Sender bestellt werden und das sind zum Teil freie Mitarbeiter, Regisseure und Kameraleute die eben als EB Team unterwegs sind. Teilweise werden sie auch aus dem eigenen Team rekrutiert, je nachdem ob der Verleiher auch selbst produziert.

13.2 E-Mail-Korrespondenz

Senderbefragung

Zur Untersuchung ob Fernsehsender Making-of im Programm haben und ob Interesse an diesen besteht, wurden 12 in Deutschland verfügbare öffentlich rechtliche und Private Sender angefragt. Von diesen haben 7 die Anfrage beantwortet, wobei vier Private Sender angaben, keine Zeit für Abschlussarbeiten zu haben.

Folgende Fragen wurden gestellt:

1. Haben Sie Making-ofs im Programm?
2. Wenn ja
 - in welcher Form/welcher Länge?
 - warum?
 - zu welcher Sendezeit?
3. Wenn nein, warum nicht?
4. Könnten Sie sich vorstellen mehr Making-ofs aufzunehmen? Unter welchen Bedingungen?
5. Sind Dokumentationen zum Film, wie z.B. „Hearts of Darkness“ oder „Lost in La Mancha“ interessante Titel für sie? Würden sie weitere Filme wie die genannten in ihr Programm aufnehmen?

Folgende Antworten wurden gegeben:

Sat1 (<http://www.sat1.de/>) Anfrage am 10.09.2016

Guten Tag Herr Betz,

vielen Dank für Ihre E-Mail.

Grundsätzlich kann / muss ich alle Frage mit nein beantworten.

Freundliche Grüße

SAT.1 Zuschauerredaktion

Kai Schmidt

3Sat (<http://www.3sat.de/index.html>) Anfrage am 10.09.2016

Sehr geehrter Herr Betz,

um es kurz zu machen:

Making-ofs nach unserem Verständnis sind mehr oder weniger kurze aktuelle Features mit werbewirksamem Charakter, die Interviews von Beteiligten beinhalten und zum Start eines Films im Kino oder später für die DVD produziert werden.

Diese Making-ofs werden in 3sat nicht ausgestrahlt, da wir hier auf eigene (kritische) Berichterstattung zu aktuellen Filmen setzen.

Etwas ganz anderes sind die von Ihnen genannten Dokumentarfilme zu „Apocalypse Now“ oder dem gescheiterten Terry-Gilliam-Projekt, die selbst schon wieder cineastischen Charakter haben und tatsächlich eine fundierte, eigene Auseinandersetzung mit den Filmen und ihrer Entstehungsgeschichte darstellen. Solche Filme liefen bereits in 3sat und könnten im entsprechenden Programmkontext auch immer noch gezeigt werden.

Ich hoffe, diese Antwort hilft Ihnen weiter bei Ihrem Projekt.

Mit freundlichen Grüßen

Jörg Marsilius

ZDF

Jörg Marsilius

HR Spielfilm

Filmredaktion 3sat/ZDFkultur

ARD (<http://www.ard.de/>) Anfrage vom 10.09.2016

Antwort vom 13.09.2016

Sehr geehrter Herr Betz,

vielen Dank für Ihre E-Mail und Ihr Interesse am Ersten Deutschen Fernsehen.

Im Fernsehprogramm „Das Erste“ haben Making-ofs nur in seltenen Fällen Bedeutung, in der Mediathek „DasErste“ hingegen stellen die Kollegen der Online-Redaktion immer wieder Making-ofs von Serien und Filmen ein.

Mit freundlichen Grüßen

Beate Kirchner
Erstes Deutsches Fernsehen
Programmdirektion
Zuschauerredaktion Das Erste

Video on Demand Anbieterbefragung

Zur Untersuchung ob Video on Demand Anbieter Making-of im Programm haben und ob Interesse an diesen besteht, wurden 16 in deutschland verfügbare Anbieter angefragt. Von diesen haben 5 die Anfrage beantwortet, wobei zwei keine Auskunft geben möchten.

Folgende Fragen wurden gestellt:

1. Haben sie Making-ofs zu Filmen im Programm
2. Wenn ja, warum. Wenn nein, warum nicht?
3. Könnten Sie sich vorstellen mehr Making-ofs aufzunehmen? Unter welchen Bedingungen?
4. Sind Dokumentationen zum Film, wie z.B. „Hearts of Darkness“ oder „Lost in La Mancha“ interessante Titel für sie? Würden sie weitere Filme wie die genannten in ihr Programm aufnehmen?

Folgende Antworten wurden gegeben:

Wukai.TV (<https://de.wuaki.tv/>) Anfrage am 09.09.2016

Antwort vom 13.09.2016

Hallo Tobias,

danke für Ihre Rückmeldung.

Unsere Marketing- Abteilung hat uns soeben mitgeteilt, dass wir leider nicht in der Lage sind diese Informationen zu veröffentlichen :-(

Ihr Wuaki.tv Team

Videociety (<https://www.videociety.de/index.php>) Anfrage am 09.09.2016

Antwort vom 13.09.2016

Hallo Herr Betz,

Vielen Dank für Ihre Anfrage. Da helfen wir natürlich gerne.

1. Haben sie Making-ofs zu Filmen im Programm

Wir haben bei manchen Filmen Making-ofs als Bonusmaterial, welche den Kunden als Zusatz beim Kauf von Filmen mit gegeben werden – analog zu Bonusmaterial bei DVD/BD.

In der Vergangenheit haben wir auch Making-ofs zu ausgewählten Filmen vor der Veröffentlichung zur Bewerbung des Filmes freigeschaltet, die Abrufzahlen waren dazu eher mittelmäßig, und standen in keinem Verhältnis zu den nachfolgenden Film-Transaktionen. Deshalb sind wir dazu übergegangen, Making-ofs eher als Bonusmaterial anzubieten

2. Wenn ja, warum. Wenn nein, warum nicht?

Siehe oben. Als VOD Anbieter muss man immer abwägen, wie das Verhältnis aus Bereitstellungsaufwand (Encoding, Platzierung im Portal, Tracking) und Nutzen ist.

3. Könnten Sie sich vorstellen mehr Making-ofs aufzunehmen? Unter welchen Bedingungen?

Ja, sofern keine weiteren Lizenzkosten auflaufen.

4. Sind Dokumentationen zum Film, wie z.B. „Hearts of Darkness“ oder „Lost in La Mancha“ interessante Titel für sie? Würden sie weitere Filme wie die genannten in ihr Programm aufnehmen?

Den Film „Hearts of Darkness“ haben wir im Programm. Generell sind auf unserer Plattform dokumentarische Filme i.d.R. nicht die Filme mit den meisten Abrufen. Aber für die Programmgestaltung sind solche Filme sehr interessant.

Ich hoffe, die Antworten helfen Ihnen weiter.

Viel Glück bei Ihrer Masterarbeit.

Viele Grüße

Martin Schwarzenberg

Director VoD Operations

Pentaflix (<https://www.pantaflix.com/>) Anfrage vom 09.09.2016

Antwort vom 13.09.2016

Hello there,

We have no making-ofs on Pantaflix yet.

These films are interesting for us and we are open to those, if film makers want to upload similar ones to our website.

Hopefully, we could help you.

Kind Regards,

Rachel

Team Pantaflix

Videoload²⁵⁶ (<http://www.videoload.de/>) Anfrage vom 09.09.2016

Antwort vom 12.09.2016

Guten Tag Herr Betz,

Auf unserer Homepage www.telekom.com finden Sie alle Informationen, die unser Konzern an die Öffentlichkeit gibt. Auf Grund einer internen Entscheidung geben wir darüber hinaus keine Zusatzinformationen an die Öffentlichkeit und beteiligen uns auch nicht an Befragungen.

Wir wünschen Ihnen alles Gute!

Es tut uns leid, dass wir Ihnen hier nicht weiterhelfen können. Für Ihre Diplomarbeit wünschen wir Ihnen viel Erfolg und im Anschluss einen guten Start ins Berufsleben.

Viele Grüße und noch einen schönen Tag

Reno Sachs

Kundenservice der Telekom

Amazon Video (<https://www.amazon.de/Amazon-Video/b?ie=UTF8&node=3010075031>) Anfrage vom 09.09.2016

²⁵⁶Videoload ist Teil der Telekom Deutschland GmbH (<http://www.videoload.de/impressum>) (Abgerufen am 23.09.2016)

Antwort vom 10.09.2016

danke für ihre Anfrage:

1: Ja wir haben Making of Filme im Programm.

2: Wir haben solche Filme im Programm da die Kunden es sich gerne anschauen.

3: Wir versuchen immer unser Sortiment zu erweitern.

4: Lost in La Mancha und Hearts of Darkness gibt es bei Amazon-Video. Falls sie nach persönlicher Meinung fragen,

ich habe diese Filme mir noch nicht angeschaut. Und wie ich schon vorher erwähnt habe, Amazon erweitert ständig das Sortiment.

Freundliche Grüße

Alexander Benea

13.3 Tabelle zur Auswertung von Making-ofs

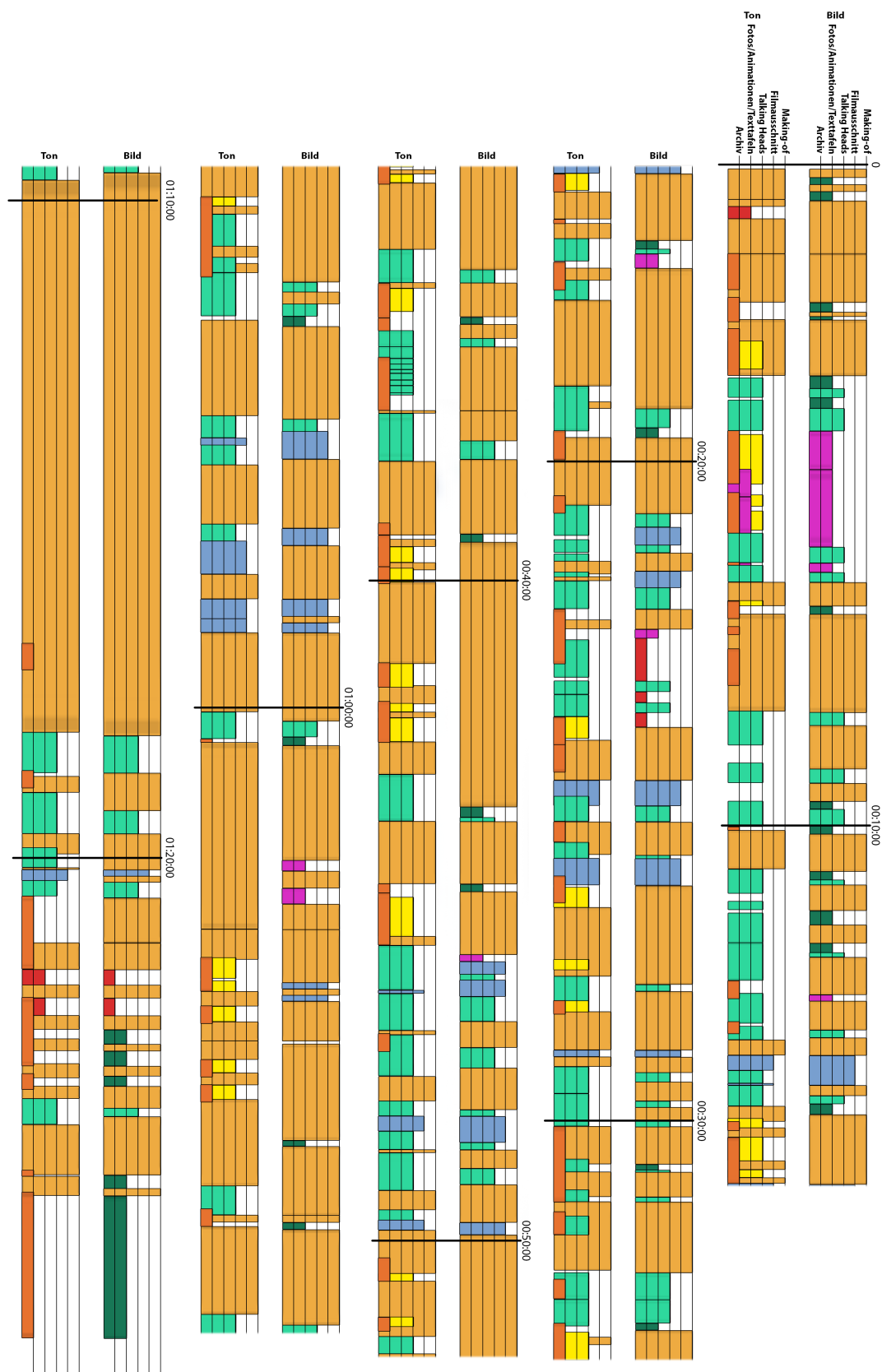
	Erscheinungsjahr	IMDb Rating	Anzahl Ratings	RT Rating	Anzahl Reviews	RT Audience Score	Anzahl Ratings	Meta Critic	Anzahl Kritiken
Citizen Kane	1941	8,4	299.885	100%	71	90%	156.220	NA	NA
The Battle Over Citizen Kane	1999	7,1	4.972	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Winter Light	1963	8,1	14.123	80%	15	92%	6.437	NA	NA
Ingmar Bergman Makes a Movie	1963	7,8	290	NA	NA	75%	277	NA	NA
Jaws	1975	8	411.566	97%	73	90%	960.648	86	19
The making of Jaws	1995	7,8	865	NA	NA	100%	23	NA	NA
The shark is still working	2007	7,6	461	100%	12	93%	415	NA	NA
Dune (Gescheitert)	1975	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Jodorowsky's Dune	2013	8,1	14.357	98%	111	89%	11.748	79	31
Apocalypse now	1979	8,5	449.859	97%	78	94%	283.181	90	29
Hearts of Darkness	1991	8,2	13.716	100%	25	94%	9.181	NA	NA
The Shining	1980	8,4	614.888	88%	66	93%	47.514	61	10
Making the Shining (Kurzfilm)	1980	7,6	1.605	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Blade Runner	1982	8,2	460.773	89%	104	91%	332.630	89	11
Dangerous Days	2007	8,4	1.242	NA	NA	94%	455	NA	NA

13.3 Tabelle zur Auswertung von Making-ofs

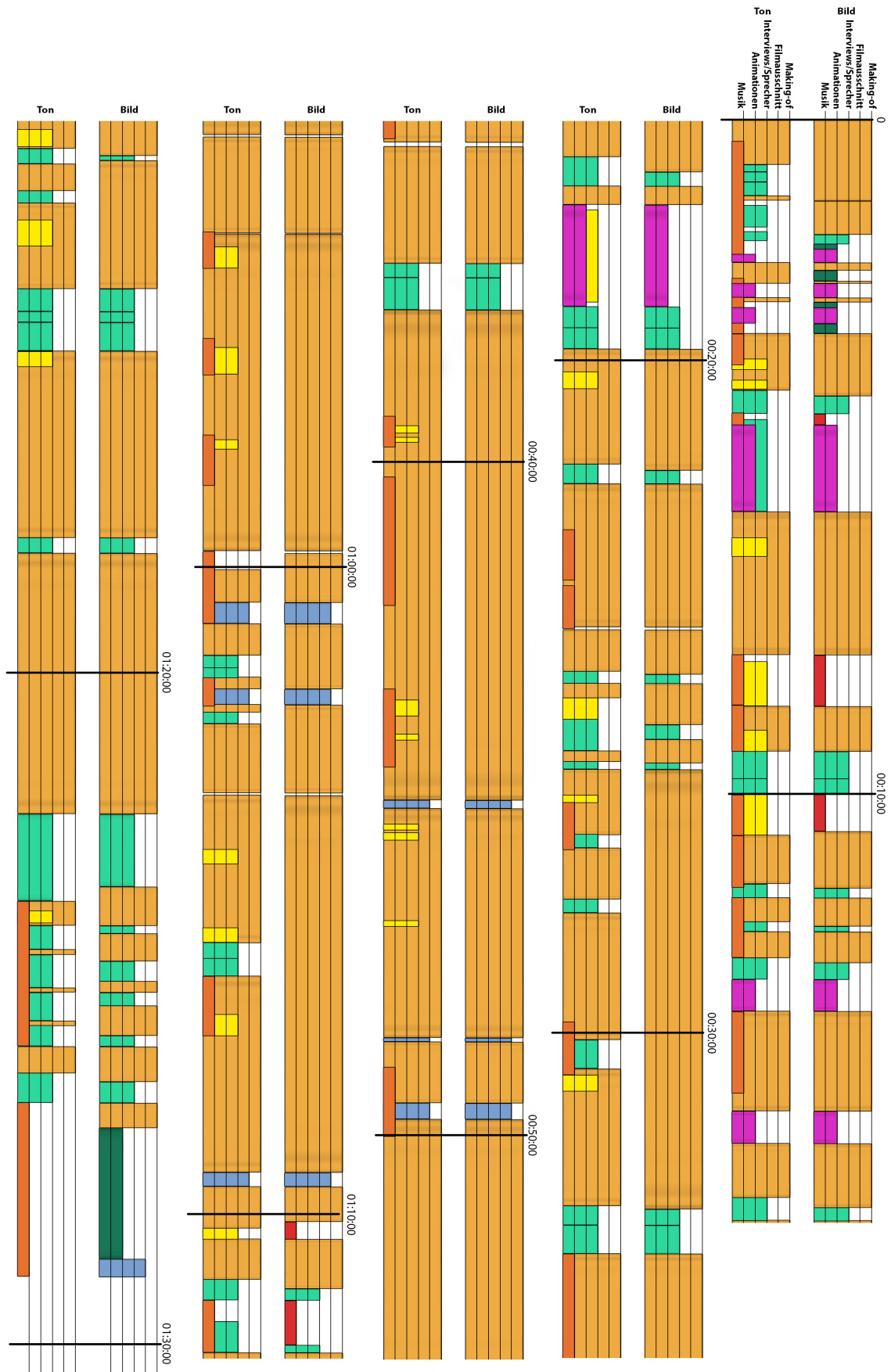
Fitzcarraldo	1982	8,2	22.100	83%	23	92%	12.558	NA	NA
Burden of Dreams	1982	8	4.236	100%	16	91%	3.409	NA	NA
The Thing	1982	8,2	260.135	80%	50	92%	129.727	NA	NA
The Thing: Terror Takes Shape	1998	7,8	557	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Fanny and Alexander	1982	8,1	43.650	100%	33	94%	21.061	100	8
The Making of Fanny and Alexander	1986	7,8	633	NA	NA	78%	177	NA	NA
Troll 2	1990	2,7	24.503	6%	17	44%	10.150	NA	NA
Best Worst Movie	2009	7,3	6.226	95%	64	83%	3.236	61	15
Jurassic Park	1993	8,1	611.839	93%	117	91%	1.066.442	68	20
The making of Jurassic Park	1995	7,7	452	NA	NA	89%	88	NA	NA
Short Cuts	1993	7,7	35.129	95%	55	89%	22.376	79	22
Luck, Trust & Ketchup	1993	6,6	126	NA	NA	NA	NA	NA	NA
12 Monkeys	1995	8,1	461.931	88%	59	88%	360	74	20
The Hamster Factor and other stories of Twelve Monkeys	1996	7,6	807	NA	NA	87%	494	NA	NA
From Dusk Till Dawn	1996	7,3	218.684	63%	46	76%	272.670	52	14
Full Tilt Boogie	1997	6,5	2.277	88%	16	64%	2.168	NA	NA
The Island of Dr. Moreau	1996	4,4	26.027	23%	31	20%	43.127	NA	NA
Lost Soul: The Doomed Journey of Richard Stanley's Island of Dr. Moreau	2014	7,5	1.770	100%	8	87%	367	NA	NA
Boondock Saints	1999	7,9	797.701	20%	25	91%	234.594	44	4
Overnight	2003	7,1	3.719	78%	77	71%	4.333	60	22
Magnolia	1999	8	241.971	84%	141	89%	191.838	77	34
That Moment: Magnolia Diary	2000	7,6	303	NA	NA	NA	NA	NA	NA
The Man Who Killed Don Quijote	2000	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Lost in la Mancha	2002	7,4	9.481	94%	99	77%	16.034	74	35
Coven (Kurzfilm)	2000	5,1	1.148	38%	8	33%	161	NA	NA
American Movie	1999	7,9	13.814	94%	47	90%	12.362	84	29
Superman Returns	2006	6,1	239.846	76%	258	61%	516.108	72	40
Requiem for Krypton: Making 'Superman Returns'	2006	8,1	97	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Only God Forgives	2013	5,7	83.976	41%	153	37%	25.833	37	37
My Life Directed by Nicolas Winding Refn	2014	6,6	802	59%	22	40%	268	50	9
Planet der Affen	1968-1973	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Behind the Planet of the Apes	1998	7,5	1.211	60%	5	75%	602	NA	NA
The Godfather	1972-1990	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
The Godfather Family: A Look Inside Godfather 1-3	1990	8,1	696	NA	NA	67%	17	NA	NA

13.4 Diagramme zur Making-of-Analyse

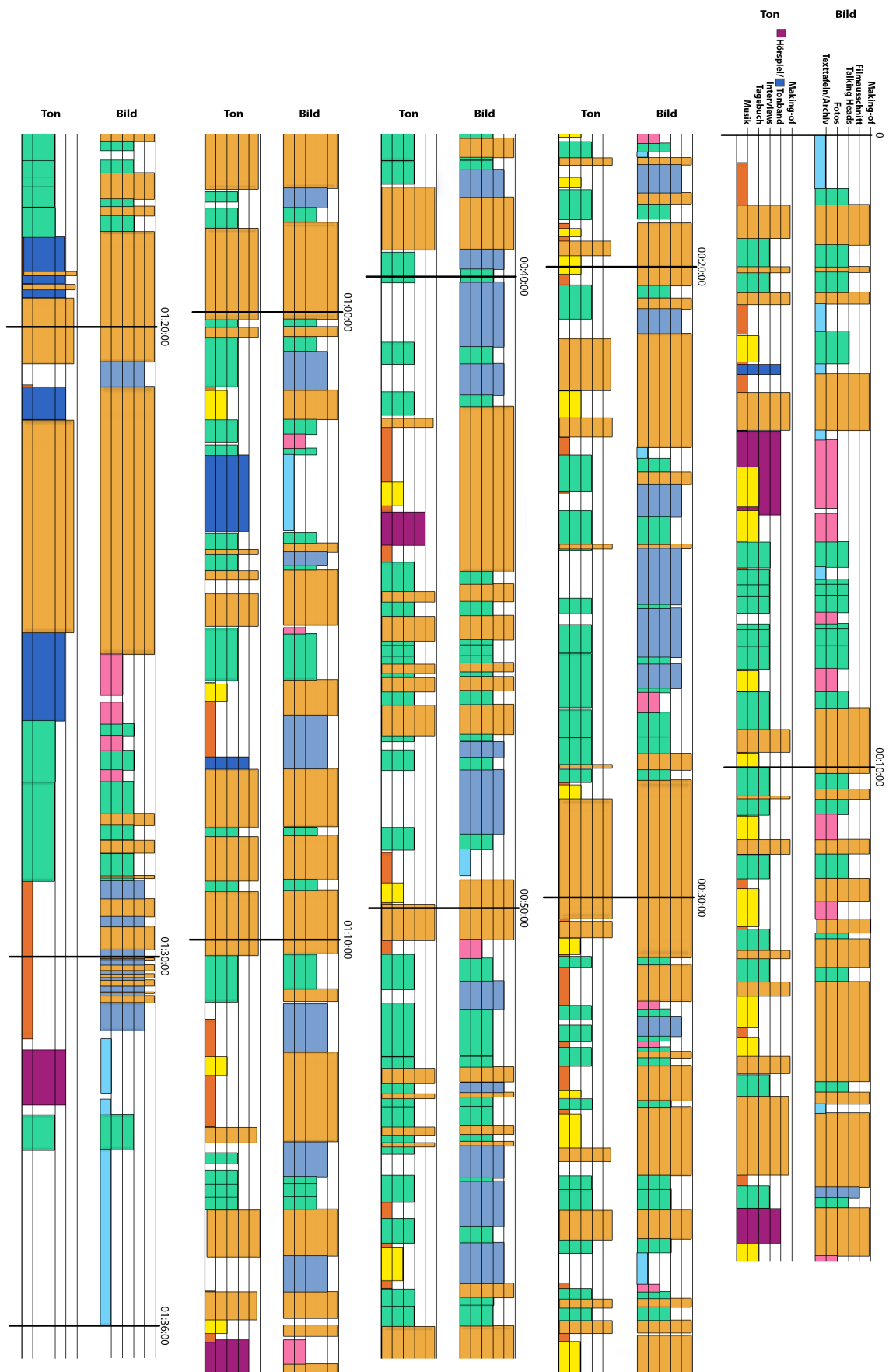
13.4.1 "The Hamster Factor and other storys of Twelve Monkeys"



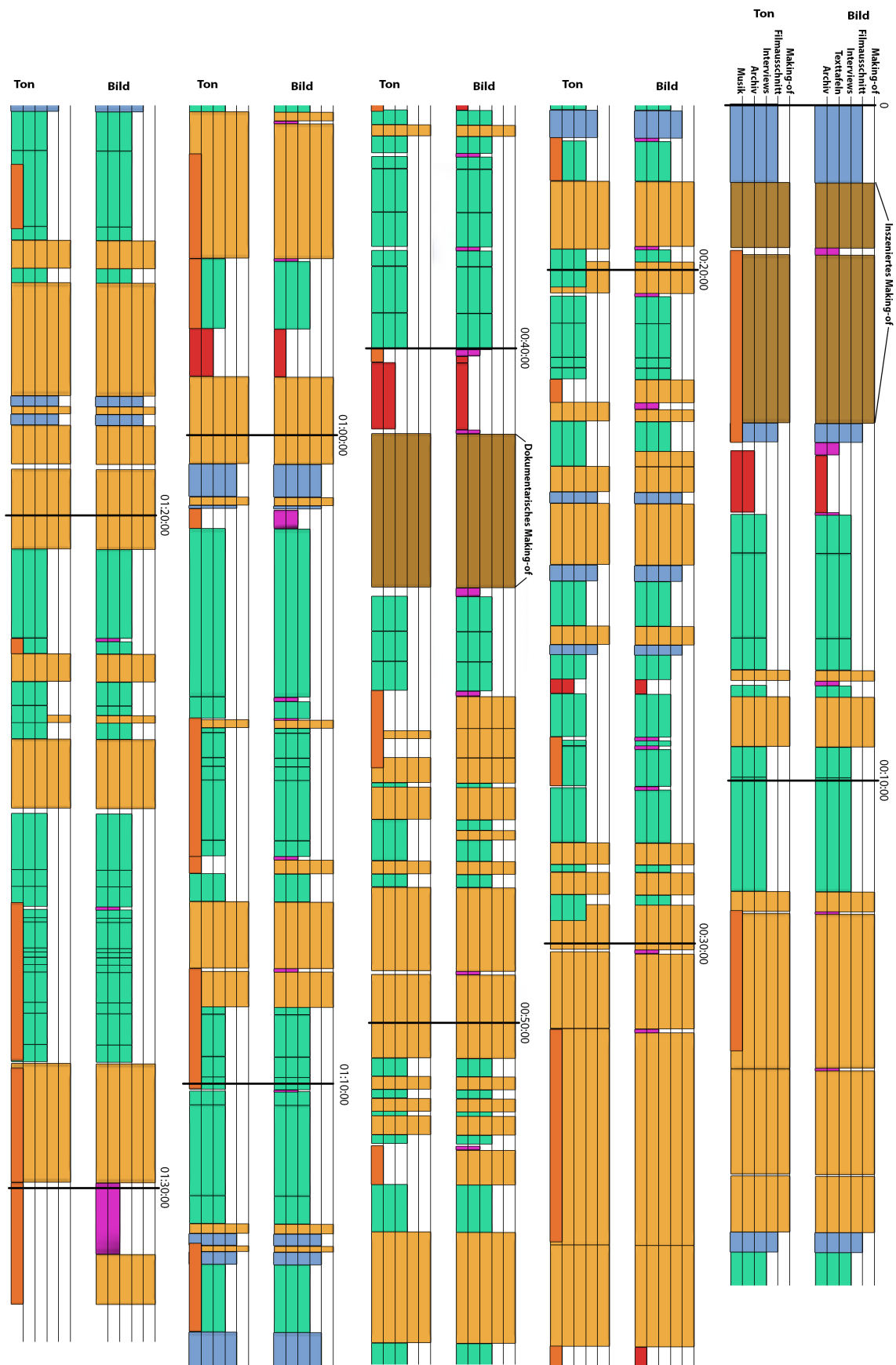
13.4.2 "Lost in La Mancha"



13.4.3 "Hearts of Darkness"



13.4.4 "Full Tilt Boogie"





13.4.6 "Burden of Dreams"

